

ارائه مدل جذب مشارکت خیرین در توسعه ورزش (یک رویکرد آمیخته)

صادق کرمی،* محمدحسن فردوسی،** محسن اسمعیلی*** و وحید رفیعی دهبیدی****

نوع مقاله: پژوهشی	تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۳/۰۴	تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۲۹	شماره صفحه: ۲۹۱-۳۳۴
-------------------	--------------------------	-------------------------	---------------------

هدف از تحقیق حاضر، طراحی مدل پارادایمی جذب خیرین در توسعه ورزش بود. رویکرد تحقیق از نوع آمیخته (کیفی و کمی) به شیوه همگرا بود. روش تحقیق در بخش کیفی از نوع داده بنیاد و با رویکرد نظام مند بود. برای جمع‌آوری داده‌ها از روش مصاحبه نیمه ساختاریافته استفاده شد و در بخش کمی از روش توصیفی - پیمایشی و برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شد. تجزیه و تحلیل اطلاعات در بخش کیفی به روش استراس و کوربین (۱۹۹۸) و در بخش کمی به روش معادلات ساختاری انجام شد. جامعه آماری پژوهش در بخش کیفی شامل ۲۶ نفر و در بخش کمی شامل ۹۰ نفر از اساتید حوزه مدیریت ورزشی و خیرین کشوری و کارشناسان سازمان‌های اوقاف، ورزش و جوانان و دانشجویان دکترای مدیریت ورزشی بود که به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. جذب مشارکت خیرین برای توسعه ورزش به عنوان مقوله محوری شناسایی شد. بعد از کدگذاری انتخابی در قالب مدل نهایی، یافته‌ها نشان داد عوامل مؤثر بر جذب مشارکت خیرین عبارتند از: بسترهای دینی، ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی، عوامل نگرشی، بسترهای قانونی - حمایتی، مدیریت فرایندها، شناسایی موانع، عوامل نگرشی و عینی سازی برون داده‌ها. در بخش کمی نیز از روش معادلات ساختاری (نرم افزار اسمارت پی. ال. اس) استفاده شد. برازش مدل کلی برابر با ۰/۴۵ به دست آمد و نشان داد که همه مسیرها معنا دار بودند. بنابراین پیشنهاد می‌شود برای جذب مشارکت خیرین جهت توسعه ورزش باید تفاسیری از روایات و احادیث دینی یافت که دلالت بر اهمیت ورزش داشته باشد. همچنین پیشنهاد می‌شود عواملی که باعث تقویت انگیزه خیران ورزشکار می‌شود، شناسایی و توسعه داده شوند.

کلیدواژه‌ها: جذب خیرین؛ وقف؛ مشارکت مردمی؛ توسعه ورزش

* دانشجوی دکتری، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد شوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران؛
Email: sadeghkarami53@gmail.com

** استادیار گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، ایران (نویسنده مسئول)؛
Email: mh.ferdowsi@pnu.ac.ir

*** استادیار مدیریت ورزشی، پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزش، تهران، ایران؛
Email: m.esmaeili@ssrc.ac.ir

**** استادیار گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد مرودشت، دانشگاه آزاد اسلامی، مرودشت، ایران؛
Email: vr1352@miau.ac.ir

فصلنامه مجلس و راهبرد، سال بیست و نهم، شماره یکصد و دوازدهم، زمستان ۱۴۰۱

doi: 10.22034/MR.2022.4796.4654

مقدمه

بهره‌گیری از ظرفیت‌ها، توانمندی‌ها و تخصص‌های مردمی و سازمان‌های مردم‌نهاد در تمام حوزه‌ها راهگشا و تأثیرگذار است. از این رو جوامع موفق و توسعه‌یافته همواره تلاش می‌کنند تا از این ظرفیت‌ها به نحو مطلوب استفاده کنند. البته هر جامعه‌ای متناسب با نظام فرهنگی خود، نوع ویژه‌ای از مشارکت مردمی را داراست. بنابراین بر این اساس در جامعه ایران، غالب اشکال مشارکت‌های مردم در بافت ساختار ارزش‌های مذهبی صورت گرفته است و اصیل‌ترین احساسات، عواطف و خواست‌های ایرانیان ریشه در باورها و ارزش‌های مذهبی دارد (مسجد جامع، ۱۳۷۷: ۸). با نگاهی گذرا به منابع اسلامی درمی‌یابیم، اعمالی که از نظر اسلام نیک شمرده شده‌اند، اعمالی هستند که خیرخواهی و دیگرخواهی در آن بروز و ظهور دارد و به نوعی منفعت دیگران در آن نهفته است (گنجی، نیازی و احسانی راد، ۱۳۹۴: ۹۰۸). قرآن کریم نیز درباره گذرا بودن زندگی این دنیا، رفتار مسئولانه انسان مسلمان در آباد کردن دنیا و به سامان آوردن بی‌نظمی‌ها و کاستی‌ها و زندگی جاودان در جهان آتی این‌گونه می‌فرماید: «آن کسانی که به غیب ایمان دارند و نماز به پای می‌دارند و از هر چه روزی ایشان کردیم به فقیران و درماندگان انفاق می‌کنند» (بقره: ۳).

یکی از پدیده‌های اجتماعی که در سال‌های اخیر رشد چشمگیری داشته و آحاد مردم را تحت تأثیر قرار داده، تربیت بدنی و ورزش است (زرکی، شریفیان و قهرمان تبریزی، ۱۳۹۳: ۱۲)؛ از این رو سرمایه‌گذاری در این امر موجب کاهش هزینه‌ها در بخش‌های بهداشت و درمان و مراکز مبارزه با مفاسد اجتماعی و پایین آوردن سطح ناهنجاری‌های فردی و اجتماعی می‌شود (سایت اطلاع‌رسانی اداره کل جوانان و ورزش استان اردبیل، ۱۳۹۲). بنابراین حوزه ورزش با توجه به ارتباط مستقیم آن با سلامت افراد جامعه از یکسو و کمبود امکانات و تجهیزات در این حوزه، به ویژه در مناطق محروم و دورافتاده از سوی دیگر به حضور گسترده، نظام‌مند و برنامه‌ریزی شده خیرین نیازمند است. به منظور گسترش کمی

و کیفی فرهنگ خیریه در جامعه و استفاده از توانمندی‌ها و ظرفیت‌های مادی و معنوی خیرین و ترغیب آنها در تأمین نیازهای ورزشی جامعه در مناطق مختلف کشور و همچنین هدایت اصولی و ساماندهی کمک‌های مالی و تخصصی خیرین، رفع موانع موجود، تسهیل امر مشارکت خیرین و تشویق و ترغیب آنها به مشارکت مجدد، لازم است تا سازوکار معینی پیش‌بینی و اتخاذ شود (حیدری فرد و شریفیان، ۱۳۹۶: ۹۴-۹۲). پژوهشگران بر این باورند که ورزش و فعالیت‌های مرتبط با آن برای جمع‌آوری اعانه و امور خیریه داوطلبانه، بسیار جذاب است؛ زیرا فرصتی را برای شرکت در دو امر مهم (ورزش و امور خیریه) به صورت همزمان فراهم می‌آورد (Wooda, Snelgroveb and Danylchuka, 2010: 38). بنابراین مشارکت برای موفقیت در صنعت ورزش، بازاریابی ورزشی و کاربرد آن امری ضروری است و امروزه ورزش از طریق به‌کارگیری دانش بازاریابی صنعتی معرفی شده و حمایت ورزشی از ابزارهای اصلی آن به شمار می‌رود.

حمایت مالی در ورزش اهدافی را دنبال می‌کند که این اهداف الزاماً اهداف سازمانی نیستند و مدیران شرکت‌ها زمانی که قصد دارند حامی مالی یک سازمان ورزشی شوند، علاوه بر اهداف اقتصادی (افزایش درآمد و کسب سود بیشتر)، اهداف غیراقتصادی (حسن‌نیت، نوع دوستی، بهبود روحیه کارمندان و ...) را نیز دنبال می‌کنند (Galan et al., 2003)؛ به طوری که حتی می‌توان سرمایه‌گذاری در ورزش را یک ابزار سیاست خارجی دانست (Daniel, 2015). افروزه، افروزه و کاملی (۱۳۹۶: ۱۶۹) معتقدند ترویج ملی خیریه در ورزش، می‌تواند نوعی مسئولیت اجتماعی تلقی شود که سودی دوطرفه است. آنان پیشنهاد می‌کنند که با مشارکت نهاد ترویج مسئولیت شرکتی، به توسعه حوزه ورزش نیز همت گمارده شود. بنابراین حمایت یکی از شیوه‌های سرمایه‌گذاری در ورزش و از محورهای بازاریابی ورزشی است که در سایه آن رویدادهای سازماندهی شده مورد حمایت قرار می‌گیرند. به نظر می‌رسد با شناسایی عوامل شناخته شده شاهد برطرف کردن چالش‌های حوزه تأمین

مالی ورزش همگانی، افزایش کانال‌های درآمدزایی و بهره‌وری بیشتر، جامعه‌ای سالم از همه جنبه‌های جسمانی، روانی، اجتماعی و ... باشیم؛ به طوری که با تزریق علم روز به بدنه اجرایی ورزش کشور به ویژه در حوزه مدیریت مالی و بازاریابی باعث بهبود وضعیت موجود خواهد شد (رهبری و همکاران، ۱۳۹۸: ۹۳). حسن نیت حاکم تأثیر مستقیم مثبتی بر اهداف رفتاری حامیان مالی خواهد داشت که خود از عوامل پیش‌بینی‌کننده و پیامدهای حمایت در محیط‌های مشارکتی ورزش است (Terry and Colin Cork, 2018). از طرفی با توجه به وضعیت نابسامان اقتصاد کشور، تأمین منابع مالی در بخش ورزش، فقط با اکتفا به بودجه و قراردادهای حمایت مالی میسر نمی‌شود. بنابراین یکی از شیوه‌های باارزش در تأمین مالی مراکز و خدمات عمومی، استفاده از فرهنگ وقف و جذب خیرین است (خادم، ۱۳۹۸: ۳۴) به طوری که کمک‌های خیریه، تأمین‌کننده بخش قابل توجهی از بودجه آموزش عالی است (Wolverton, 2008: 26) و بخش ورزشی دانشکده‌ها در خارج از کشور تکیه و تأکید زیادی بر کمک‌های خیریه برای جبران رشد مداوم هزینه‌ها دارند. نیکوکاران و خیرین فداکار و فرهنگ دوست نیز از مؤثرترین عوامل تعالی و پیشرفت امر آموزش و فرهنگ جامعه ایران بوده‌اند و در این وادی قدم‌های مؤثری برداشته‌اند (اکرامی‌فر، ۱۳۸۲: ۲) اما بخش ورزش از این‌گونه کمک‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها، مهجور مانده است تا به آنجا که حیدری‌فرد و شریفیان (۱۳۹۶: ۹۲) عواملی همچون موانع مشارکت خیرین در توسعه فضاهای ورزشی را مشتمل بر چهار دسته می‌دانند که به ترتیب عبارت‌اند از: موانع قانونی اجرایی، اعتقادی، فرهنگی - اجتماعی و موانع مربوط به خود ورزش. موانع و سدهایی در راه کمک مردم اعم از خیر بالقوه یا بالفعل به امور عام‌المنفعه وجود دارد که مسئولان می‌توانند با شناخت این موانع و برطرف کردن آنها، خیرین را در این امر کمک کرده و مشکلی از مشکلات جامعه را حل کنند و در این باره از عواملی همچون حاکمیت سیاسی کارآمد، تعهد اجرایی مدیران، تسهیلات و تجهیزات استاندارد، گروه‌های ذی‌نفع و بودجه و

حمایت مالی که در موفقیت‌های ورزشی مؤثرند استفاده کنند (Hutchinson, 2017). تأثیر کمک‌های خیرخواهانه جامعه بر ورزش برای همگان آشکار و پیداست و با نگاهی به این کمک‌های خیرخواهانه انجمن‌های مردم‌نهاد و یا سازمان‌های رسمی جهانی و ورزشکاران مطرح جهان، می‌توان به اهمیت مسئله پی برد. به طوری که کمیته بین‌المللی المپیک^۱ در صفحه رسمی خود به دلیل میزان تأثیر ورزش بر دیگر جنبه‌های زندگی بشری، تشویق به مشارکت خیرخواهانه در ورزش را در دستور کار قرار داده است و سعی در شناساندن سازمان‌های خیریه غیررسمی، مردم‌نهاد و فعال در ورزش را دارد. این کمیته در برنامه‌ای با نام ورزش و جامعه فعال^۲، کمک‌های توسعه‌ای ۲۵۰۰۰ دلاری جهت توسعه ورزش در مناطق محروم جهان، اقدامات مؤثری انجام داده است. همچنین اسکیتستان^۳ نهادی غیردولتی در کابل است که از سال ۲۰۰۸ فعالیت خیرخواهانه خود در جهت توانمندسازی جوانان در خصوص اسکیت‌بورد، به ویژه دختران سنین بین ۱۷-۵ ساله را شروع و در سال ۲۰۱۸، به موفقیت‌های بین‌المللی از جمله آموزش و دسترسی رایگان به امکانات ورزشی در افغانستان، کامبوج، آفریقای جنوبی و ... دست یافت. هزینه‌های این نهاد از طرف چهار کشور آلمان، نروژ، دانمارک و کانادا به صورت رایگان تأمین می‌شود و یا مؤسسه توسعه ورزش حرفه‌ای^۴ با پیاده‌سازی انواع برنامه‌های ورزشی برای سرخ‌پوستان و شرق هند و همچنین آموزش رایگان معلمان و مربیان ورزشی برای بالا بردن اعتماد به نفس و تندرستی مردم محروم، از طریق ارتقای زیرساخت‌های ورزشی رایگان و کمک‌های خیریه ورزشی به این مناطق فعالیت می‌کند.^۵

1. International Olympic Committee

2. Sport and Active Society

3. Skateistan

4. Pro Sport Development (PSD)

5. <https://olympics.com/ioc/news/amp/three-ngos-inspiring-young-and-old-through-sport-honoured-with-ioc-grant> (2017).

جذب کمک‌های نیکوکاران، مستلزم تعامل با آنهاست و مواجهه موفق با کنشگران این عرصه نیازمند فهم دنیای ذهنی آنان است و فقط با موضع رفتارگرایانه، رویکرد مهندسی و آمرانه نسبت به خیران و تحمیل چارچوب‌های مفروض متخصصان و نخبگان میسر نمی‌شود. کارگزاران و کارشناسانی که درگیر جلب کمک‌های خیران هستند باید به فهمی درونی از ذهنیات و رفتار خیران دست یابند. فهم پیچیدگی‌ها و پویایی‌های تفسیرها، تعریف‌ها، انگیزه‌ها و کنش‌های عام‌المنفعه خیران، مستلزم کنجکاوی علمی در این مورد است. فهم این معنا با اتخاذ رویکردی فعالانه و در تعامل مستقیم با خیران برای درک دریافت‌ها، تجربه‌ها و روایت‌های شخصی‌شان از این تجربه امکان‌پذیر است (رضوی‌زاده و محمدپور، ۱۳۸۹: ۴۳). از سوی دیگر مواردی همچون امور خیر نوین که مثال‌هایی از آن در بالا گفته شد، اموری هستند که به بخش عرفی «سکولار»^۱ جامعه واگذار شده است. از این رو بسیاری از دین‌داران جامعه امروزی ما بر این باورند که کمک مالی به ساخت مسجد، یا هزینه کردن برای توزیع نذری در راه امام حسین (ع) ثواب زیادی دارد، اما اطمینان ندارند که کمک به ترویج «نذر شادی»، «نذر کتاب» یا کمک به آموزش کودکان خیابانی، حمایت از زنان کارتن‌خواب چنین جایگاهی داشته باشد (پویا فرد، ۱۳۹۵).

بنابراین امروزه به دلیل گستردگی و تنوع زمینه‌های مشارکت، این مقوله عامل موفقیت هر برنامه و توسعه به شمار می‌رود و نباید به برداشتی محدود از مفهوم فراگیر مشارکت اکتفا کنیم. در همین ارتباط رئیس ستاد خیرین ورزشی در گفتگو با رادیو ورزش نسبت به فعالیت‌های خیریه ورزشی در جامعه و فرهنگ‌سازی درست تأکید و بیان کرد: «در طول دو سال و نیم گذشته، وزارت ورزش و جوانان، تلاش کرد کمک‌هایی که به سمت جامعه ورزش روانه می‌شود را ساماندهی و در سطح کشور نهادینه کند. خیرین نیز متوجه‌اند که با کمک به جوانان قطعاً به شکوفایی استعدادهای آنها، پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی

و اعتیاد و شادی و نشاط شان کمک کرده‌اند». ایشان بر نقش رسانه، ورزشکاران نامدار، علمای دینی، متخصصین در جلب نظر خیرین تأکید داشت (رادیو ورزش، ۱۳۹۶). نیاز کشور به ورود خیرین، بسیار بیشتر و متنوع‌تر از چیزی است که بتوان آن را در چارچوب فعالیت خیرین مدرسه‌ساز قرار داد (سایت خیرین مدرسه‌ساز/استان تهران، ۱۳۹۰). حوزه ورزش و احداث فضاهای ورزشی، نیازمند ورود خیرین و کمک آنها به دولت است (ایل نیوز، ۱۳۹۱). ضرورت جذب مشارکت خیرین در بخش ورزش و نیاز به گسترش فرهنگ خیریه ورزشی و فرهنگ‌سازی برای مشارکت‌گسترده مردم به حدی بود که بازرس مجمع خیران ورزشیاریان استان اصفهان بیان داشت که این دغدغه به تشکیل مجمع خیران ورزشیاریان استان اصفهان منجر شد (خبرگزاری تسنیم، ۱۳۹۷). در اروپا مشارکت در توسعه ورزش توسط خانواده‌ها با مشارکت درآمدی در کار داوطلبانه و شرکت‌های خصوصی در تأمین مالی ورزش صورت می‌گیرد. در گروه‌گسترده شرکت‌ها، سه زیرگروه به دلیل مشارکت خاص شان در ورزش، ارزش انتخاب شدن دارند. این سه زیرگروه حامیان که می‌تواند هر نوع سازمان تجاری باشد، سازمان‌های رسانه‌ای و ارائه‌دهندگان خدمات بخت‌آزمایی‌های ایالتی، شرط‌بندی و بخش دولتی است که از طریق بودجه دولت محلی و مرکزی اقدام می‌کند (رهبری و همکاران، ۱۳۹۸: ۸۴).

بنابراین در کشورهای پیشرفته نیز بر مشارکت خیرین و بخش خصوصی برای توسعه ورزش، برنامه‌ریزی می‌کنند و سهم مشارکت دولت‌ها در پایین‌ترین سطح قرار دارد. در ایران نیز با توجه به گستردگی دولت و بودجه‌های محدود آن می‌توان با بهره‌گیری از ظرفیت بالای خیرین، در امر توسعه ورزش گام‌های اساسی برداشت. با توجه به این موضوع که مشارکت خیرین با توسعه، ارتباط تنگاتنگی دارد و توسعه جریانی است که در خود تجدید حیات و جهت‌گیری متفاوت کل نظام اقتصادی اجتماعی و بهبود میزان تولید و درآمد را دربردارد.

توسعه در بسیاری از موارد، حتی عادات و رسوم و عقاید مردم را نیز در برمی‌گیرد. رابطه ورزش با پدیده‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی حاکی از اهمیت این پدیده و نقش آن در برنامه‌های توسعه ملی کشورهاست و در یک نگاه کلی، توسعه و پیشرفت ورزش در هر کشوری با اقتدار و قدرت آن کشور رابطه نزدیکی دارد (بنار و همکاران، ۱۳۹۷: ۲۱۸). بنابراین برای ایجاد توسعه ورزش، باید از تمام ظرفیت‌های موجود در کشور استفاده کرد که مهمترین این ظرفیت‌ها، ورود خیرین به ورزش است. به همین دلیل اولین سؤالی که برای پژوهشگران مقاله حاضر به وجود آمد این بود که چرا از خدمات خیرین در توسعه ورزش کشور استفاده بیشتری نمی‌شود؟

اهمیت استفاده از ظرفیت خیرین تا به آنجاست که پژوهش‌های زیادی در حوزه‌هایی مانند آموزش، سلامت و اماکن مذهبی انجام شده است. اما در حوزه ورزش، هم از نظر پژوهش‌های کیفی و هم کمی، تعداد معدودی انجام شده که می‌توان به پژوهش‌های افروزه، افروزه و کاملی (۱۳۹۶) با عنوان «شناسایی عوامل مؤثر بر جذب خیران و واقفان در ورزش»؛ خادم (۱۳۹۸) با عنوان «شناسایی و مدل‌سازی عوامل مؤثر بر جذب منابع خیریه و وقف به ورزش زنان»؛ رهبری و همکاران (۱۳۹۸) «بررسی عوامل مؤثر بر حمایت مالی از ورزش همگانی ایران»؛ حیدری فرد و شریفیان (۱۳۹۶) «شناسایی و مقایسه موانع مشارکت خیرین در توسعه فضاهای ورزشی» و حسن شاهی، قهرمان تبریزی و شریفیان (۱۳۹۶) با پژوهشی در زمینه «ارزیابی جایگاه وقف و امور خیریه ورزشی در بین واقفان استاکرمان» اشاره کرد. در بخش پژوهش‌های خارجی نیز از کشور نیز به تحقیقات فیلو، فیچنر و اینوئی^۱ (۲۰۱۹)، وارموس، میلان و سویلار^۲ (۲۰۱۵)، هاتچینسون^۳ (۲۰۱۷) و دنیز و

1. Filo, Fehne and Inoue
 2. Varmu, Soviar and Soviar
 3. Hutchinson

پنل^۱ (۲۰۱۴) اشاره کرد. بنابراین برای درک ذهنیات درونی خیرین و جهت دادن به این تجربه‌ها و آشناسازی آنان با دیگر حوزه‌های نیازمند به مشارکت و به دلیل اهمیت موضوع و فقدان تحقیقات علمی در زمینه دلایل مشارکت پایین خیرین در ساخت اماکن ورزشی، محققین مقاله را بر آن داشت تا با بررسی‌های علمی، طی مصاحبه‌هایی با خیرین کشوری و صاحب نظران، عواملی که در جذب خیرین برای توسعه ورزش مؤثرند را شناسایی کنند تا بستر مناسبی برای مشارکت آنان در حوزه ورزش فراهم شود. بنابراین با توجه به موارد ذکر شده، پژوهشگران در این پژوهش سعی در یافتن پاسخی برای سؤالات ذیل دارند: عوامل مؤثر در جذب مشارکت خیرین در توسعه ورزش چه چیزهایی هستند؟ چه عواملی مانع از مشارکت خیرین در توسعه ورزش می‌شوند؟ چه الگوی مناسبی برای جذب و مشارکت خیرین جهت توسعه ورزش می‌توان طراحی کرد؟

۱. روش تحقیق

رویکرد تحقیق از نوع آمیخته (کیفی و کمی) به شیوه همگرا بود. روش پژوهش در بخش کیفی، توصیفی - اکتشافی بود که برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه‌های عمیق استفاده شد و در بخش کمی، توصیفی - پیمایشی بود و برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شد. در مرحله اول به شکل کتابخانه‌ای به مطالعه و بررسی کتب، مقالات، اسناد و سایت‌های اینترنتی پرداخته شد. در مرحله دوم (مصاحبه‌های کیفی) برای ساخت الگوی پیشنهادی پژوهش از روش نظریه برخاسته از داده‌ها (گرنند تئوری)^۲ استفاده شد. در این تحقیق رویکرد نظام‌مند منتسب به استراس و کوربین (۱۹۹۸) محور کار قرار گرفت. برای جمع‌آوری اطلاعات در بخش کیفی از مصاحبه‌های کیفی به شکل نیمه‌ساختاریافته و

1. Deniz and Yenel

2. Grounded Theory

در بخش کمی از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. جامعه آماری تحقیق را اساتید، صاحب نظران و متخصصان مدیریت ورزشی، دانشجویان دکترای مدیریت ورزشی، کارشناسان سازمان اوقاف و همچنین تمام خیرین کشوری که در تمام زمینه های مشارکت مردمی فعال بوده و یا هستند، تشکیل می داد. برای نمونه گیری از روش هدفمند و تکنیک گلوله برفی استفاده شد. در این تکنیک، نمونه گیری تا زمانی تداوم می یابد که پژوهش به اشباع نظری و کفایت برسد. در بخش کمی نیز از روش کل شمار و کل نمونه به تعداد نود نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب و پرسشنامه در بین آنها توزیع شد. در نهایت تعداد ۷۲ پرسشنامه تکمیل و اخذ شد. در بخش کیفی از ۲۶ نفر مصاحبه به عمل آمد که از مصاحبه ۲۳ به بعد اشباع نظری حاصل شد. تمامی مصاحبه ها توسط محقق ضبط و بلافاصله پس از انجام هر مصاحبه، تجزیه و تحلیل داده های آن به منظور تعیین شاخصه های اصلی صورت گرفت. روایی تحقیق با رعایت شاخص های مربوط به تأیید پذیری، انتقال پذیری و اعتماد بررسی شدند. در تحقیق حاضر از پایایی بازآزمون برای محاسبه پایایی مصاحبه ها استفاده شده است. برای محاسبه پایایی بازآزمون از میان مصاحبه های انجام گرفته، سه مصاحبه به عنوان نمونه انتخاب و هر کدام از آنها در یک فاصله زمانی کوتاه و مشخص (بیست روز) دوباره کدگذاری شدند. سپس کدهای مشخص شده در دو فاصله زمانی برای هر کدام از مصاحبه ها با هم مقایسه شدند. در هر کدام از مصاحبه ها، کدهایی که در دو فاصله زمانی با هم مشابه بودند به عنوان «توافق» و کدهای غیرمشابه به عنوان «عدم توافق» مشخص شدند. روش محاسبه پایایی بین کدگذاری های انجام شده به وسیله محقق در دو فاصله زمانی به این شرح است:

$$\text{درصد ضریب پایایی بازآزمون} = \frac{2 \times \text{تعداد توافقات}}{\text{تعداد کل کدها}} \times 100$$

ارائه مدل جذب مشارکت خیرین در توسعه ورزش (یک رویکرد آمیخته) _____ ۳۰۱

همان طور که در جدول ۱ مشاهده می شود، تعداد کل کدها که توسط محقق در دو بازه زمانی به ثبت رسیده است، برابر ۷۳ نشان بود؛ تعداد کل توافقات بین این کدها ۳۱ و تعداد کل عدم توافقات بین این کدها برابر ۱۲ بود. پایایی بازآزمون برای مصاحبه های انجام گرفته با استفاده از فرمول ذکر شده برابر ۸۵ درصد بود. با توجه به اینکه این میزان پایایی بیشتر از ۶۰ درصد است، قابلیت اعتماد کدگذاری ها تأیید می شود و می توان ادعا کرد که میزان پایایی تحلیل مصاحبه کنونی مناسب بود.

جدول ۱. میزان درصد پایایی از طریق روش کدگذاری مجدد

ردیف	عنوان مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	پایایی بازآزمون (درصد)
۱	P1	۲۹	۱۲	۴	۸۳
۲	P9	۲۱	۹	۲	۸۵
۳	P22	۲۳	۱۰	۶	۸۷
	کل	۷۳	۳۱	۱۲	۸۵

مأخذ: یافته های تحقیق.

در بخش کمی تحقیق با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته (حاصل از بخش کیفی) و نتایج حاصل از بررسی مبانی نظری مربوط به پژوهش، برای تعیین روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته مورد نظر، از روش معادلات ساختاری استفاده شد. پرسشنامه نیز بر همین اساس استخراج و تدوین شد که شامل دو قسمت بود. قسمت اول مربوط به اطلاعات جمعیت شناختی و قسمت دوم دارای ۶۹ سؤال مربوط به عوامل و موانع مؤثر بر جذب مشارکت خیرین در توسعه ورزش در نظر گرفته شد. گفتنی است که پرسشنامه های مذکور براساس طیف پنج ارزشی لیکرت (بسیار زیاد=۵، زیاد=۴، متوسط=۳، کم=۲ و بسیار کم=۱)

تنظیم شدند. روایی صوری و محتوایی آن توسط هشت نفر از متخصصین مدیریت ورزشی تأیید و روایی سازه آن نیز به وسیله تحلیل عاملی تأییدی، تأیید شد. برای سنجش پایایی پرسشنامه بعد از تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل عاملی تأییدی با استفاده از روش ضریب آلفای کرونباخ، پایایی پرسشنامه محاسبه شد که نتایج در جدول ۲ مشاهده می‌شود.

جدول ۲. آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی

پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ	سازه پژوهش
۰/۸۲	۰/۷۲	عینی‌سازی برون‌داده‌ها
۰/۷۷	۰/۷۰	ارزش‌های فرهنگی اجتماعی
۰/۷۳	۰/۷۰	عوامل انگیزشی
۰/۷۸	۰/۷۶	افزایش تعداد خیرین
۰/۷۶	۰/۷۲	توسعه پروژه‌ای وقف
۰/۸۰	۰/۷۷	تخصصی‌سازی
۰/۷۲	۰/۷۵	عوامل نگرشی
۰/۷۶	۰/۷۱	بسترهای دینی
۰/۷۸	۰/۸۸	بسترهای قانونی حمایتی
۰/۷۳	۰/۷۴	مدیریت فرایندها
۰/۷۳	۰/۷۳	شناسایی موانع
۰/۸۶	۰/۸۹	جذب مشارکت خیرین در توسعه ورزش

مأخذ: همان.

ارائه مدل جذب مشارکت خیرین در توسعه ورزش (یک رویکرد آمیخته) _____ ۳۰۳

۲. یافته‌های تحقیق

۲-۱. بخش کیفی

اطلاعات جمعیت‌شناختی در جدول ۳ قابل مشاهده است.

جدول ۳. اطلاعات جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در بخش کیفی

درصد	تعداد	شاخص‌ها
۳/۸	۱	۴۰-۳۰
۷/۷	۲	۵۰-۴۱
۳۰/۸	۸	۶۰-۵۱
۵۷/۷	۱۵	۶۰ سال به بالا
۳۴/۶	۹	زن
۶۵/۴	۱۷	مرد
۳/۸	۱	دیپلم و زیردیپلم
۲۳	۶	فوق دیپلم
۳۰/۸	۸	لیسانس
۱۵/۴	۴	فوق لیسانس
۲۷	۷	دانشجوی دکترا و دکترا
۲۷	۷	اساتید مدیریت ورزشی
۵۷/۷	۱۵	خیرین
۷/۷	۲	کارشناس وزارت ورزش و جوانان
۷/۷	۲	کارشناس اداره اوقاف

مأخذ: همان

در فرایند کدگذاری ابتدا به شناسایی و تحلیل گزاره‌های خام از مصاحبه‌ها پرداخته شد (جدول ۴) که در مجموع تعداد ۴۳۹ گزاره ایجاد شد. سپس در مرحله کدگذاری باز، تعداد ۱۲۸ کد غیرتکراری در قالب مفاهیم ایجاد شد. این تعداد از کدها براساس مشابهت موضوعی در فرایند کدگذاری محوری در قالب سی مقوله شامل ارزش‌های اجتماعی، آسیب‌های ورزشی، اعتماد، افزایش سلامتی جامعه، افزایش نوع دوستی و تعاون، امنیت، انفعال مدیران ورزشی، انگیزه‌های درونی، پیشینه فعالیت ورزشی، پیشینه وقف در ورزش، تعاون، توسعه تجهیزات و امکانات ورزشی، توسعه کسب و کار ورزشی، جهت‌دهی، دولتی فرض کردن ورزش، سفارشات دینی، سلیقه، شرایط محیطی و فیزیکی، شناخت و آگاهی، عوامل سیاسی، عوامل مذهبی، قوانین حمایتی دولتی، کارشناسی وقف، مدیریت پروژه‌های وقف، مقبولیت، نقش دولت، نهادها و سازمان‌ها، نیازسنجی ورزشی و همگانی بودن ورزش قرار گرفتند. در فرایند کدگذاری محوری مقوله «جذب مشارکت خیرین در ورزش» به عنوان پدیده محوری در نظر گرفته شد

جدول ۴. نمونه‌ای از کدگذاری باز و شکل‌دهی مفاهیم

کدگذاری باز (مفاهیم)	گزاره‌های خام
انعکاس ظرفیت‌های ورزش	پرداختن به ظرفیت‌های ورزش در کم کردن بسیاری از مشکلات جامعه
درونی شدن اقدامات انسان دوستانه	درونی شدن مشارکت مردمی در بین مردم
بالا رفتن میزان همکاری و تعاون	بالا رفتن روحیه فرد خیر با مشارکت مردم
تبلیغ متولیان ورزش به مشارکت خیرین	تبلیغ متولیان ورزش برای بالا بردن آگاهی مردم
تبلیغ از طریق ورود نامداران ورزش به عرصه خیر	پیش قدم شدن نامداران ورزش در امر مشارکت
نقش رسانه‌های جمعی	تأثیر رسانه‌های جمعی در انتخاب نوع مشارکت

ارائه مدل جذب مشارکت خیرین در توسعه ورزش (یک رویکرد آمیخته) ۳۰۵

کدگذاری باز (مفاهیم)	گزاره های خام
ارتباطات	سوق دادن خیرین به سمت مشارکت در ورزش توسط درخواست های مردمی از خیرین
پوشش خبری	پوشش خبری مشارکت های مردمی در ورزش
مصاحبه	مصاحبه با خیرین حوزه ورزش
معرفی راه های درآمدزایی	درآمدزایی از طریق توسعه ورزش
معرفی راه های اشتغال زایی	اشتغال زایی از طریق توسعه ورزش
پرورش استعدادها	پرورش ورزشکار و ترانسفر به لیگ های معتبر
تدوین برنامه تخصصی درآمدزایی	تدوین و پخش برنامه های تخصصی در جهت درآمدزایی
تشویق دیگران توسط خیرینی که تجربه مشارکت ورزشی دارند	نقش تشویق دیگران توسط خیرینی که تجربه مشارکت ورزشی دارند
رفع نیازهای یک حوزه مشخص	سوق دادن خیرین به سمت یک حوزه مشخص توسط روحانیون، معتمدین و ارگان های سیاسی و مذهبی
تأثیر مراسمات دینی بر نوع انتخاب	تأثیر مراسمات دینی بر انتخاب نوع مشارکت
احساس مسئولیت	ایجاد احساس مسئولیت خیرین در برابر مردم و جامعه
نقش رسانه ها	توجه رسانه های گروهی و مطبوعات به ورزش و حمایت ورزشی
متقاعد کردن خیرین	استفاده از الگوهای ورزشی در متقاعد کردن خیرین برای مشارکت در ورزش
متقاعد کردن مسئولین	استفاده از الگوهای ورزشی در متقاعد کردن مسئولین برای حمایت توسعه ورزش
متقاعد کردن خیرین	استفاده از باشگاه های پرطرفدار در متقاعد کردن خیرین برای مشارکت در ورزش
تقدیر و احترام	دعوت از خیرین برای تماشای مسابقات و ایجاد موقعیت های مهمان نوازی
داشتن اتاق فکر در مجمع خیرین	داشتن اتاق فکر در مجمع خیرین برای هدایت مشارکت ها به دیگر حوزه ها

مأخذ: همان.

در مرحله بعد، کدهای اولیه به علت تعداد فراوان آنها به کدهای ثانویه تبدیل و چند کد ثانویه تبدیل به یک کد مفهومی می‌شوند. هدف از این مرحله، برقراری رابطه بین طبقه‌های تولید شده در مرحله کدگذاری باز است. این کار براساس مدل پارادایم انجام می‌شود و به نظریه پرداز کمک می‌کند تا فرایند نظریه را به سهولت انجام دهد. براساس داده‌های جدول ۵، قسمت کوچکی از نتایج کدگذاری باز براساس کدهای ثانویه و تمام کدهای مفهومی و مقولات ارائه شده است.

جدول ۵. کدگذاری محوری و شکل دهی مقولات

مفاهیم	مقوله‌ها	ابعاد
انعکاس ظرفیت‌های ورزش	افزایش سلامتی جامعه	توسعه آثار مثبت وقف
درونی شدن اقدامات انسان دوستانه، بالا رفتن میزان همکاری و تعاون، تبلیغ متولیان ورزش به مشارکت خیرین، تبلیغ از طریق ورود نامداران ورزش به عرصه خیریت	افزایش نوع دوستی و تعاون	
نقش رسانه‌های جمعی، ارتباطات، پوشش خبری، مصاحبه	توسعه تجهیزات و امکانات ورزشی	
معرفی راه‌های درآمدزایی، معرفی راه‌های اشتغال‌زایی، پرورش استعدادها، تدوین برنامه تخصصی درآمدزایی	توسعه کسب‌وکار ورزشی	
تشویق دیگران توسط خیرینی که تجربه مشارکت ورزشی دارند، رفع نیازهای یک حوزه مشخص، تأثیر مراسمات دینی بر نوع انتخاب، احساس مسئولیت، نقش رسانه‌ها، متقاعد کردن خیرین، متقاعد کردن مسئولین	جهت‌دهی	تخصصی‌سازی وقف
داشتن اتاق فکر در مجمع خیرین، جلب نظر متخصصین ورزشی	کارشناسی وقف	
آگاهی از هزینه‌کرد، نگهداری پروژه‌های وقف، نظارت شخصی بر مجموعه ساخته شده، تهیه گزارش، برقراری ارتباط، حفظ و تقویت ارتباط، افزایش شمار مشارکت خیرین، برنامه‌ریزی	مدیریت پروژه‌های وقف	

ارائه مدل جذب مشارکت خیرین در توسعه ورزش (یک رویکرد آمیخته) ۳۰۷

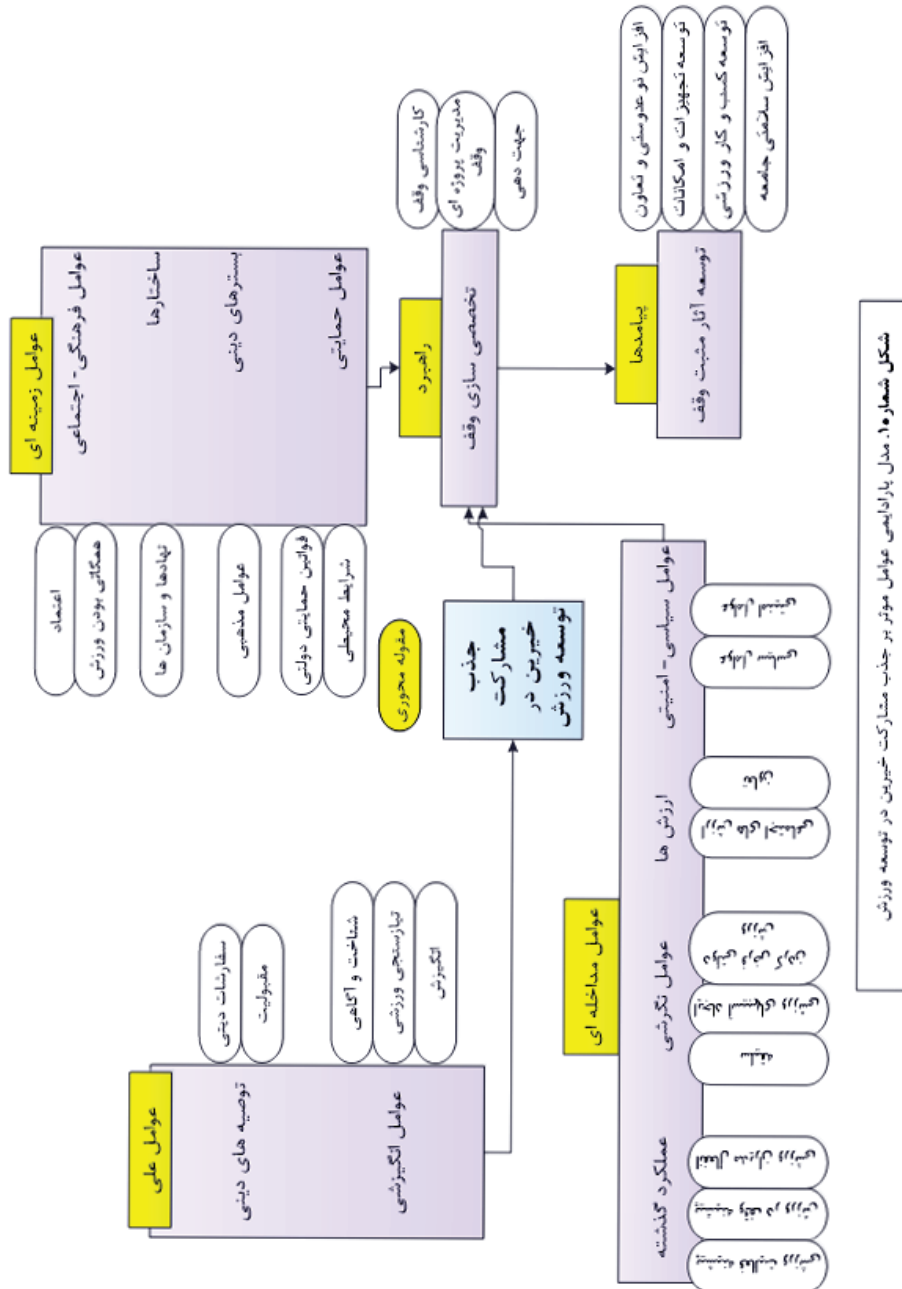
ابعاد	مقوله‌ها	مفاهیم
توصیه‌های دینی	سفارشات دینی	سفارش دین به نیکوکاری، عدم سفارش دین به توسعه ورزش، نقش روایات و احادیث در انتخاب نوع مشارکت
	مقبولیت	کار خیر محسوب شدن مشارکت در امور ورزشی، تفسیر درست از روایات
عوامل انگیزشی	انگیزه‌های درونی	شناخت انگیزه‌ها، نیکوکاری، احساس رضایت
	انگیزه‌های بیرونی	اجر اخروی، تشویق خانواده، قدردانی از خیرین، نام‌گذاری شخصی
	شناخت و آگاهی	آگاهی از تأثیرات اجتماعی ورزش، آگاهی از تأثیرات اقتصادی ورزش
	نیازسنجی ورزشی	برگزاری همایش‌ها، مطالعه و تحقیق، هم‌اندیشی و تبادل نظر، مستند خیرین، مستند ورزشکاران خیر، اولویت بندی نیاز جامعه، درک خیر از نوع نیازهای جامعه
بسترهای دینی	عوامل مذهبی	تأثیر دیدگاه دینی در تصمیم‌گیری، تقویت سنت حسنه وقف
ساختارها	نقش دولت	عدم پابندی دولت نسبت به تعهدات خود، دخالت ارگان‌ها در تصمیم‌گیری، مشارکت بخش‌های دولتی، همکاری نکردن ارگان‌های دولتی
	نهادهای سازمان‌ها	برگزاری جلسه با ارگان‌های دخیل در امور خیریه، انتخاب تخصصی اعضای انجمن
عوامل حمایتی	شرایط محیطی و فیزیکی	استفاده خیرین از تجهیزات لجستیکی ادارات ورزشی
	قوانین حمایتی دولتی	وضع قوانین دولتی، طرح‌های حمایتی، قوانین دست‌وپاگیر دولتی، بخشنامه‌های حمایتی
عوامل فرهنگی - اجتماعی	اعتماد	عدم اعتماد خیرین به دولت
	همگانی بودن ورزش	اقدام به همگانی کردن ورزش
ارزش‌ها	ارزش‌های اجتماعی	تصویرسازی مثبت از خیرین حامی ورزش، وجهه اجتماعی پایین ورزش نسبت به مذهب، درگیری و نزاع در محیط ورزشی، بروز فساد اقتصادی در ورزش، کم‌رنگ شدن روح پهلوانی در ورزش، استفاده از ظرفیت‌های ورزش، تأثیر فرهنگ بر انتخاب نوع مشارکت
	تعاون	حس همدلی در جامعه، همکاری مستمر، همکاری همه‌جانبه با خیرین

مفاهیم	مقوله‌ها	ابعاد
انتقال اجباری خیرین به دیگر حوزه‌ها	انفعال مدیران ورزشی	عملکرد گذشته
عدم شناخت از ورزش، تأثیر سابقه ورزشی خیرین	پیشینه فعالیت ورزشی	
داشتن تجربه در ساخت اماکن ورزشی، اظهار ندامت از انجام خیریه ورزشی	پیشینه وقف در ورزش	
تأثیر آسیب‌های ورزشی بر نگرش، تأثیر آسیب غیرقابل جبران بر نگرش	آسیب‌های ورزشی	عوامل نگرشی
توسعه ورزش را از وظایف دولت دانستن	دولتی فرض کردن ورزش	
تنگ‌نظری مسئولین، موضع‌گیری علیه برخی خیرین، تفاوت دیدگاه مسئولین، مانع‌تراشی مسئولین	سلیقه	
مزاحمت افراد و مسئولین سودجو، عدم امنیت جانی و مالی برای خیرین و خانواده	امنیت	عوامل سیاسی - امنیتی
فشارهای سیاسی	عوامل سیاسی	

مأخذ: همان.

با توجه به تعداد زیاد کدهای باز و محدودیت مقاله، مفاهیم مستخرج از کدهای باز در مقوله‌های پارادایمی پدیده محوری، شرایط علی، شرایط زمینه، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها جای گرفت.

شکل ۱. مدل پارادایمی عوامل مؤثر بر جذب مشارکت خیرین در توسعه ورزش



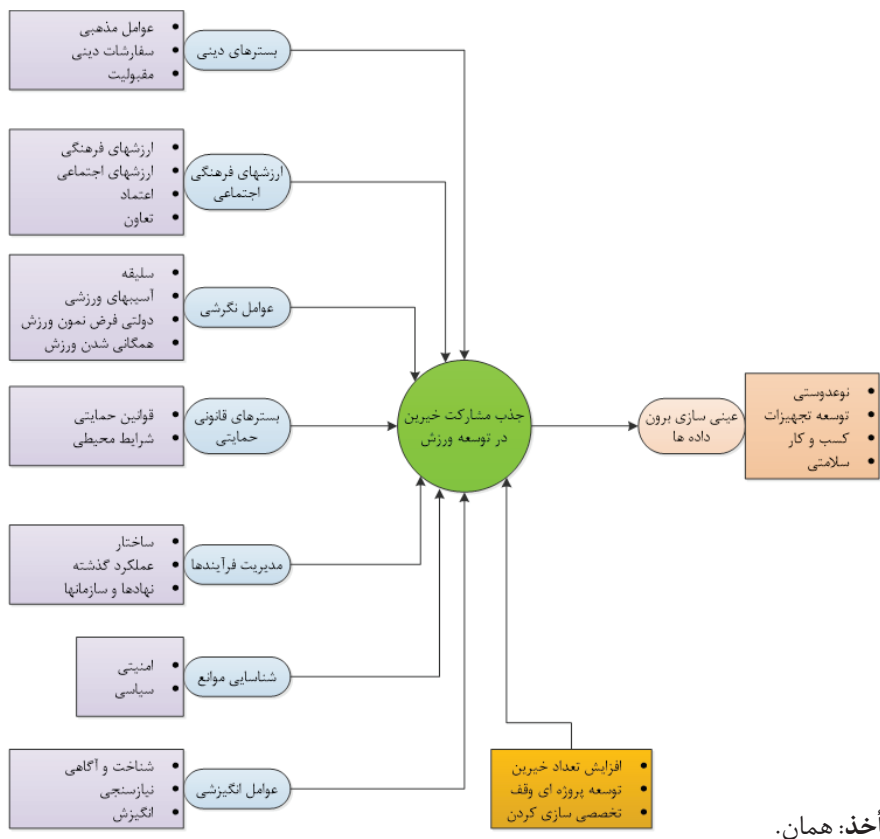
شکل شماره ۱. مدل پارادایمی عوامل مؤثر بر جذب مشارکت خیرین در توسعه ورزش

مأخذ: یافته‌های تحقیق.

با توجه به شکل فوق مقوله «جذب مشارکت خیرین در توسعه ورزش» به عنوان پدیده محوری در نظر گرفته شد.

بعد از مرحله کدگذاری محوری، در فاز کدگذاری انتخابی که به تدوین مدل نهایی کیفی تحقیق منجر شد، با استفاده از مطالعه مبانی نظری، داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها، تجارب ورزشی و علمی مدل مشاهده شده شکل ۲ ارائه شد. در این مدل بخشی از مؤلفه‌ها و مقولاتی که قابلیت هم‌راستایی داشتند در یک مقوله قرار گرفتند. این مدل به پنج نفر از مشارکت‌کنندگان بخش کیفی ارسال و بعد از اصلاحات جزئی مورد تأیید قرار گرفت.

شکل ۲. مدل نهایی الگوی جذب مشارکت خیرین در توسعه ورزش



مأخذ: همان.

با توجه به اینکه رویکرد کلی تحقیق به صورت آمیخته (کیفی - کمی) بود، باید مدل نهایی ارائه شده بخش کیفی مورد آزمون و تأیید قرار گیرد. بنابراین در ادامه یافته‌های کمی تحقیق ارائه خواهد شد.

۲-۲. بخش کمی

۲-۲-۱. تحلیل عاملی تأییدی

در این پژوهش با توجه به برخی از مزیت‌های روش‌های تحلیل واریانس محور همچون امکان استفاده برای نمونه‌های با تعداد کم، قابلیت استفاده برای داده‌های غیرنرمال و خروجی قابل اطمینان برای مقوله‌های دارای کمتر از سه گویه از نرم‌افزار اسمارت پی. ال. اس^۱ استفاده شد. در این مرحله پس از تأیید روایی محتوایی پرسشنامه مدل مفهومی تحقیق مورد سنجش قرار گرفت.

۲-۲-۲. ارزیابی مدل مسیری - ساختاری

برای آزمون مدل تحقیق، از مدل‌سازی مسیری - ساختاری استفاده شده است. این روش مدلی آماری برای بررسی روابط خطی بین متغیرهای تحقیق و سؤالات پرسشنامه است. به عبارت دیگر مدل‌سازی مسیری - ساختاری تکنیک آماری قدرتمندی است که مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری را با یک آزمون آماری همزمان ترکیب می‌کند. ابتدا مدل اندازه‌گیری و سپس مدل ساختاری مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۲-۲-۳. ارزیابی مدل اندازه‌گیری

در این بخش پایایی مدل با سه شاخص ضریب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی ارزیابی شد. سپس روایی همگرا با استفاده از متوسط واریانس استخراج شده^۲ تحلیل شد و روایی واگرا نیز به روش فورنل - لارکر بررسی شد. براساس نتایج آزمون، میزان آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷ است که ثبات درونی بالای پرسشنامه را نشان می‌دهد. ضریب دیلون - گلداشترین

1. Smart PLS

2. Average Variance Extract (AVE)

یا پایایی ترکیبی، شاخص سازگاری درونی مدل اندازه‌گیری سازه‌هاست. این ملاک، معیار مدرن تری است که نرم‌افزار پی.ال.اس برای ارزیابی پایایی مدل گزارش می‌دهد و طی آن پایایی سازه نه به صورت مطلق، بلکه با توجه به همبستگی سازه‌ها با یکدیگر محاسبه می‌شود که باید بیشتر از ۰/۷ باشد. مقادیر به دست آمده برای این شاخص‌ها حاکی از پایایی قابل قبول مدل تحقیق حاضر است. برای بررسی روایی همگرا از شاخص متوسط واریانس استخراج شده استفاده شده است (جدول ۶). مقادیر بالای ۰/۵ در این بخش قابل قبول است. طبق نتایج آزمون مدل، روایی همگرای مدل اندازه‌گیری قابل قبول بود. روایی واگرا نیز به روش فورنل لاکر بررسی شده که با توجه به بزرگ‌تر بودن جذر متوسط واریانس استخراج شده متغیرها از همبستگی آن متغیر با متغیرهای دیگر، روایی واگرای مدل اندازه‌گیری تأیید شد.

جدول ۶. ضریب تعیین متغیرهای درون‌زای تحقیق

شناسایی موانع	مدیریت فرایندها	بسترهای قانونی - حمایتی	بسترهای دینی	عوامل نگرشی	عوامل کلی	عوامل انگیزشی	ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی	عینی‌سازی برون‌داده‌ها	متغیرهای درون‌زای
۰/۵۱	۰/۴۵	۰/۵۳	۰/۶۱	۰/۵۰	۰/۷۴	۰/۷۰	۰/۷۵	۰/۴۹	ضریب تعیین

مأخذ: همان.

۲-۲-۴. ارزیابی مدل ساختاری

ضریب تعیین (R^2) یک معیار اساسی برای ارزیابی متغیرهای مکنون درونزا است. مقادیر R^2 برابر ۰/۱۸ و ۰/۵۲ در مدل های مسیری نرم افزار پی. ال. اس به ترتیب ضعیف و قابل توجه توصیف می شود. بر اساس نتایج در جدول ۶، ضریب تعیین برای تمام متغیرهای درونزا مقدار قابل قبولی است که کیفیت مدل ساختاری را نشان می دهد. در مورد ضریب مسیر که معادل بتای استاندارد شده در رگرسیون است، مقادیر کمتر از ۰/۳ ضعیف، بین ۰/۳ تا ۰/۶ متوسط و از ۰/۶ به بالا خوب تفسیر می شوند. معناداری ضریب مسیر به روش BT و به وسیله بررسی شاخص t مشخص می شود، به طوری که مقادیر t بالاتر از ۱/۹۶ معنادار در نظر گرفته می شود.

جدول ۷. ضرایب مسیر مدل ساختاری و اثر کل متغیرها

نتیجه	t-value	ضریب اثر استاندارد	مسیر
معنادار و قوی	۱۷/۴۱۱	۰/۷۰۲	جذب مشارکت خیرین در توسعه ورزش به عینی سازی برون داده ها
معنادار و قوی	۳۷/۶۴۳	۰/۸۷۱	جذب مشارکت خیرین در توسعه ورزش به ارزش های فرهنگی - اجتماعی
معنادار و قوی	۳۲/۶۷۶	۰/۸۴۱	جذب مشارکت خیرین در توسعه ورزش به عوامل انگیزشی
معنادار و قوی	۳۸/۹۶۱	۰/۸۶۵	جذب مشارکت خیرین در توسعه ورزش به عوامل کلی
معنادار و قوی	۱۳/۳۲۶	۰/۷۱۳	جذب مشارکت خیرین در توسعه ورزش به عوامل نگرشی
معنادار و قوی	۲۱/۹۵۶	۰/۷۸۳	جذب مشارکت خیرین در توسعه ورزش به بسترهای دینی
معنادار و قوی	۲۴/۴۱۶	۰/۷۲۹	جذب مشارکت خیرین در توسعه ورزش به بسترهای قانونی - حمایتی
معنادار و قوی	۱۲/۱۵۹	۰/۶۷۲	جذب مشارکت خیرین در توسعه ورزش به مدیریت فرایندها
معنادار و قوی	۱۷/۳۸۳	۰/۷۱۹	جذب مشارکت خیرین در توسعه ورزش به شناسایی موانع

مأخذ: همان.

همان طور که از جدول فوق استنباط می شود تمام مسیرها معنادار و قوی هستند.

۵-۲-۲. برازش کلی مدل

در این قسمت برازش مدل اندازه‌گیری با شاخص اشتراکی، برازش مدل ساختاری با شاخص افزونگی و برازش کلی با نیکویی برازش (GOF) اندازه‌گیری می‌شود. شاخص افزونگی فقط برای متغیرهای درونزا (متغیر ملاک) محاسبه می‌شود و مانند شاخص اشتراکی باید مقدار آن مثبت باشد. در کتاب‌های آماری سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای نیکویی برازش معرفی کرده‌اند.

جدول ۸. برآورد پارامترهای مدل ساختاری

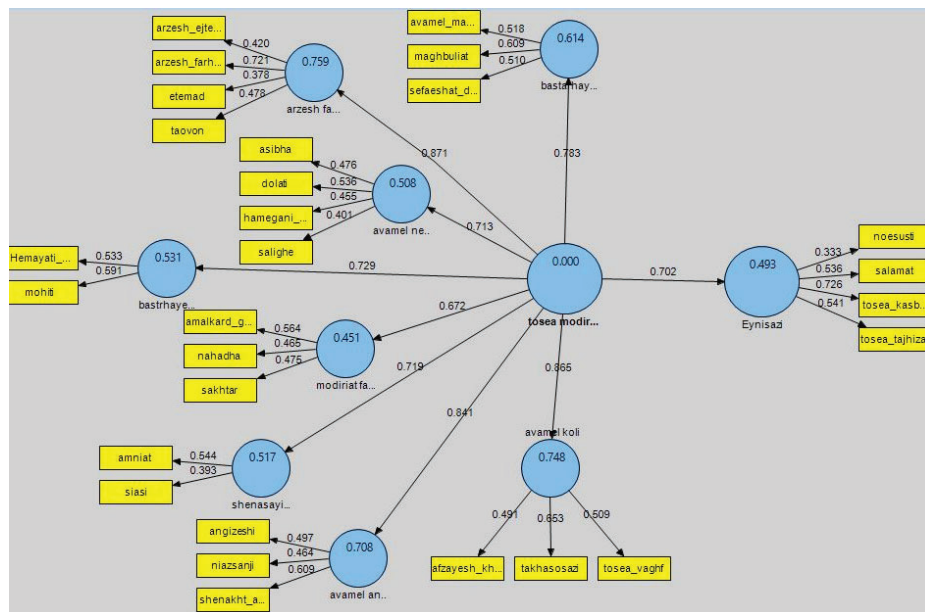
متغیر	شاخص اشتراکی	شاخص افزونگی
عینی‌سازی برون‌داده‌ها	۰/۸۱	۰/۰۱
ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی	۰/۷۱	۰/۰۱
عوامل انگیزشی	۰/۷۶	۰/۰۳
عوامل کلی	۰/۷۶	۰/۰۱
عوامل نگرشی	۰/۷۳	۰/۰۲
بسترهای دینی	۰/۶۸	۰/۰۹
بسترهای قانونی - حمایتی	۰/۶۱	۰/۰۱
مدیریت فرایندها	۰/۵۷	۰/۰۱
شناسایی موانع	۰/۸۸	۰/۰۳
توسعه مدیریت خیررسانی	۰/۷۵	۰/۰۱

مأخذ: همان.

$$GOF = \sqrt{Communalities * R^2} = \sqrt{0.72 * 0.58} = 0.49$$

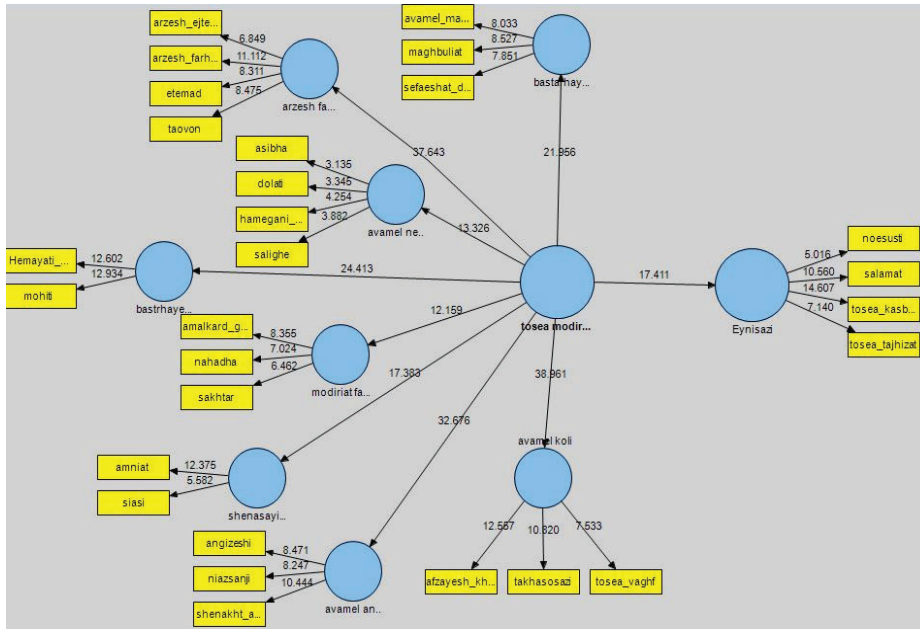
در ادامه مدل ساختاری پژوهش در حالت استاندارد و همچنین ضرایب t به شرح شکل های ۳ و ۴ ارائه شده است.

شکل ۳. مدل تحقیق در حالت تخمین استاندارد



مأخذ: همان.

شکل ۴. مدل تحقیق در حالت شاخص تی



مأخذ: همان.

۳. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

تلخیص یافته‌ها در مرحله کدگذاری محوری تحقیق و براساس مدل پارادایمی، مطابق ابعاد ۶گانه مشخص شدند. در این پارادایم، جذب مشارکت خیرین در ورزش به عنوان اولین بُعد و پدیده محوری در نظر گرفته شد و سایر مقوله‌ها حول محور این مقوله طراحی شدند. مشارکت خیرین در توسعه ورزش تا به آنجا مهم ارزیابی شد که برخی پژوهش‌ها به کار بردن فعالیت‌های بازاریابی از قبیل جذب حمایت‌های مالی با هدف پیشبرد پروژه‌های ورزشی را ضروری دانسته و یکی از راه‌های تأمین بودجه کافی برای انجام فعالیت‌های ورزشی را استفاده از حمایت‌های مالی عنوان می‌کنند که از مهمترین منابع درآمدی در ورزش امروزی است.

دومین بُعد شرایط علی بود و دربرگیرنده شرایطی است که بر مقوله محوری (پدیده محوری) تأثیر می‌گذارد. این بُعد دارای دو مقوله (توصیه‌های دینی و عوامل انگیزشی) بود. کشورمان به دلیل بافت مذهبی، قدرت و نفوذ مذهب در اعتقادات مردمی، فرمایشات خداوند متعال در قرآن کریم و احادیث و روایات و معصومان همیشه راهگشا و چراغی برای نمایاندن راه درست برای مردم بوده و هست. استفاده از این رهنمودها در بخش وقف و ورزش نیز باید مورد توجه بوده و ارتباطی منطقی بین وقف و ورزش (هزینه‌کرد در ورزش به عنوان کار خیر) را برای خیرین تعریف کرد. افروزه، افروزه و کاملی (۱۳۹۶) طی تحقیقات خود در این مورد بیان می‌کنند که وجود تعاریف صحیح‌تر و جامع‌تر از فرهنگ وقف می‌توانند گستره بیشتری از افراد را زیر چتر خود درآورند. شهروندان با اعتقادات مذهبی قوی در مقایسه با سایرین، مشارکت بیشتری در فعالیت‌های خیریه داشته‌اند و باورهای مذهبی از عوامل تعیین‌کننده کنش‌های داوطلبانه و بشردوستانه است که همسو با نتایج به دست آمده مقاله حاضر بود. با توجه به مصاحبه‌ها و بررسی چندین باره آنها، بیشترین مقوله‌ای که مورد تأکید خیرین بود و از آن به عنوان راهنمای انجام کار خیر نام

می‌بردند، مقوله توصیه‌های دینی در مورد وقف و خیریه و راه‌های مصرف آن بود که در اسلام تأکید بسیاری بر وقف در ساخت پل‌ها، معابر، آموزش و مساجد شده است. بنابراین باید نسبت به گسترش دایره وقف و خیریه در بین جامعه و خیرین تلاش زیادی انجام شود. در تبیین بخش انگیزش، یافته‌های فیلو، فینچر و اینوئی (۲۰۱۹) بیانگر میزان اهمیت این مؤلفه است. آنها بیان کردند عوامل مهم و تأثیرگذار در جذب خیرین شامل عوامل اجتماعی، تبلیغات، قدردانی، وجهه شخصیتی و اجتماعی، جوایز متنوع و انگیزه دادن به خیرین در ورزش بوده است. یعقوبی و همکاران (۱۳۹۹) به این نتیجه رسیدند که شناخت و آگاهی نسبت به تأثیرات اقتصادی، اجتماعی، بهداشتی و حتی سیاسی ورزش، میزان رغبت در خیرین را بالا خواهد برد. خیریه در ورزش می‌تواند به عنوان یکی از برنامه‌ها و رفتارهای برآورده کردن نیازهای جامعه تلقی شود. بنابراین نحوه مشارکت خیرین در ورزش می‌تواند از طریق رسانه‌ها انجام شود. معرفی نیازهای ورزش کشور با مشارکت خیرین می‌تواند مرتفع شود و یا تجلیل و قدردانی رسانه‌های کشور از خیرین فعال در ورزش می‌تواند باعث ایجاد انگیزه در افراد خیر و سایر افراد برای حضور در محیط ورزش شود. کشاورز و همکاران (۱۳۹۳) دو عامل رسانه و تبلیغات را از عوامل مهم جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی ایران می‌دانند. یکی از نکات کلیدی در انجام هر امری، داشتن انگیزه است. بسیاری از خیرین در مسیر انجام فعالیت خیریه دچار کاهش انگیزه شده و نیاز به دلگرمی دارند که این افزایش انگیزه از روش‌های مختلفی همچون مشارکت مردم، همکاری مضاعف ادارات و کاهش مشکلات اداری، تقدیر و تشکر از جانب مردم و مسئولین شهری، استانی و کشوری قابل انجام است. درک روحیات خیرین از نکات مهم در نگهداری و حفظ آنان در این عرصه است.

سومین بُعد، عوامل زمینه‌ای هستند که بستر مناسبی را برای ورود و جذب خیرین در مشارکت‌های ورزشی ایجاد می‌کنند. این بُعد شامل مقولاتی همچون عوامل فرهنگی

- اجتماعی، ساختارها، بسترهای دینی و عوامل حمایتی است. تجربه ثابت کرده اطمینان مردم به اینکه اموال و دارایی آنان می‌تواند در راه رفع مشکلات اجتماعی و زدودن فقر و تباهی از چهره جامعه مفید و مؤثر واقع شود و سازمان‌ها یا افرادی هستند که می‌توانند زمینه‌ساز اجرای نیت‌های خیرخواهانه آنان باشند و علاوه بر آن شرایط و ضوابط خاصی بر هزینه‌کرد سرمایه آنان حاکم است، بیشتر تمایل نشان می‌دهند که در این عرصه‌ها گام بردارند (یعقوبی و همکاران، ۱۳۹۹)؛ به طوری که در یکی از مصاحبه‌ها، خیر کشوری با پیش کشیدن بی‌اعتماد مردم به دولت و اعتماد مردم به اشخاص حقیقی مثل علی دایی در خصوص زلزله کرمانشاه، از سپردن سرمایه خویش به دولت ابراز نگرانی داشت. در همین راستا از جمله نتایجی که خادم (۱۳۹۸) به آن اشاره داشت، عبارت بود از اینکه مدیران ورزشی و متولیان وقف باید جهت جذب خیرین سازوکارهایی فراهم کنند تا شفافیت در عملکرد سازمان‌های ورزشی توسعه یابد. اعتماد خیرین به کارگزاران ورزش مبنی بر اینکه کمک‌های آنان صرفاً در تجهیز و توسعه ورزش کشور هزینه خواهد شد و به سلامت و تندرستی جامعه منتج خواهد شد، از جمله مقوله‌های اعتماد است. یکی دیگر از مقولات پژوهش، همگانی بودن ورزش و تأثیر آن بر ایجاد روحیه شاد و بالا رفتن روحیه امید و اعتماد به نفس در جامعه است که به دلیل در معرض دید بودن ورزش همگانی، خیرین را ترغیب به ایفای نقش می‌کند. رستمی تنگکی، ماشینیچی و قلناش (۱۳۹۹) نیز تمرکز بر خدمات و محصولات ورزشی در ورزش همگانی را بر جذب سرمایه‌گذاری و تحت تأثیر قرارداد سرمایه‌گذاران مؤثر می‌دانستند. خیرین اگر نسبت به عملکردهای مثبت ورزش و توسعه آن آگاه شوند، حضوری پررنگ‌تر از گذشته در مشارکت‌های ورزشی خواهند داشت تا به آنجا که رو، کارگ و شری^۱ (۲۰۱۹) نتیجه گرفتند که خیرین با توجه به نقش محوری ورزش در توسعه سلامت، به حمایت از آن می‌پردازند؛ زیرا مشارکت و حمایت از ورزش به

1. Rowe, Karg and Sherry

عنوان یک مفهوم بر سلامت جامعه اثرگذار است. با توجه به اینکه در مصاحبه با فرد خیر با مشاهده مردمی که در حال انجام فعالیت ورزشی، به خصوص ورزش های همگانی در معابر و پارک ها بودند، بیان داشت که «بنده از دیدن این صحنه ها و شور نشاط بین مردم بسیار خوشحال می شوم»؛ می توان نتیجه گرفت که آگاهی خیرین از آثار مثبت ورزش و شور و شوقی که با ورزش به جامعه تزریق می شود، باعث ترغیب و تشویق آنها در جهت انجام امور خیریه در ورزش خواهد شد.

از جمله موانع پیش رو در جذب مشارکت خیرین، ساختار نهادها و سازمان های ورزش ایران ماست که با هم مرتبط نبوده و با چالش عدم سازگاری ساختار و تشکیلات اجرایی با اهداف و مأموریت ها، به وضوح قابل رؤیت است. به عنوان نمونه بسیاری از ارگان های مرتبط با صنعت ورزش مانند وزارتخانه های ورزش و جوانان، آموزش و پرورش، علوم، بهداشت و درمان، تعاون، کار و رفاه اجتماعی، نیروهای نظامی و انتظامی و همچنین نهادهای عمومی غیردولتی مانند کمیته ملی المپیک، فدراسیون ها و هیئت های ورزشی و همچنین شهرداری ها، برنامه هایی در زمینه ورزش پرورشی، ورزش همگانی، ورزش قهرمانی و ورزش حرفه ای تدوین و اجرا می کنند که هرچند در جای خود مناسب و اثربخش است، اما در مرجع خاصی مورد هماهنگی قرار نمی گیرد تا اثربخشی آن بیشتر و از دوباره کاری و اتلاف سرمایه گذاری جلوگیری شود. در این باره عدم هماهنگی این سازمان ها در تدوین برنامه ای جامع و مدون در جذب خیرین برای توسعه ورزش و به تبع آن عدم همکاری سازمان های دیگر با خیرینی که در ورزش ورود کرده اند، مزید بر علت شده است (مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۹۴). وارموس، میلان و سویلار (۲۰۱۵) در تحقیقی با عنوان مشارکت در بازار ورزش، دلایل و راه های چگونگی توسعه بیان کردند که هر سازمانی برای بقا نیازمند همکاری است. نتایج مقاله آنان نشان داد باید بین سازمان های ورزشی و سازمان هایی همچون آموزش و پرورش تعامل مناسبی وجود داشته باشد و ارتباط نامؤثر

از مهمترین دلایل کمبود دانش در این حوزه است. نتایج پژوهش دنیز و پیل (۲۰۱۴) نشان داد که برای توسعه ورزش در جمهوری قبرس شمالی، فدراسیون‌های ورزشی مختلف و باشگاه‌ها باید با مدارس ارتباط تنگاتنگ و مستمر داشته باشند. حیدری فرد و شریفیان (۱۳۹۶) از جمله موانع اثرگذار بر عدم جذب مناسب حامیان مالی در صنعت فوتبال ایران را موانعی می‌دانند که رفع آنها به همکاری و هماهنگی بین بخشی و بین‌سازمانی نیاز دارد. بسترهای دینی (احسان و نیکوکاری) بخش مهمی از فرهنگ مردم مسلمان به شمار می‌آید و گستردگی صدقه، وقف و ... در کشورهای اسلامی نشان از اهتمام تاریخی مسلمانان به امور خیریه و نیکوکاری دارد. به طور قطع برای جوامع مسلمان، آموزه‌های اسلامی و انگیزه‌های مذهبی مهمترین عامل جهت مشارکت در امور خیریه است (حسن‌زاده سروستانی، تمیزی‌فر و سیمیاری، ۱۳۹۳). پویافرد (۱۳۹۵) نیز در نتایج خود این نکته را بیان داشت که «به نظر می‌رسد که امر خیر در جامعه ایرانی تا حدی به دو نیمه امر خیر قدسی و امر خیر عرفی تقسیم شده است. چنین تفکیکی علاوه بر کاهش قدرت رقابت‌پذیری مسجد در مقابل سایر نهادهای خیریه، امکان تعریف امور خیر نوین را در حوزه‌های وسیع و متنوع بر بستر چارچوب‌های دینی همچون «نذر» و «وقف» سلب می‌کند. این در حالی است که تعریف اسلام از حوزه مفهومی «خیر»، عملی بر جهت خشنودی الهی از طریق عمل براساس عقل و شرع است که شامل تمامی موجودات و مخلوقات عالم از جمله حیوان و انسان، مسلمان و غیرمسلمان می‌شود و در نهایت یک جامعه تفکیک شده است که حتی در امور خیر نیز مرزی ظریف بین امور خیر دینی و امور خیر غیر دینی کشیده می‌شود». پس برنامه‌ریزی برای جلب مشارکت خیرین با استفاده از آموزه‌های دینی باید در اولویت قرار گیرد و با استفاده از مشاوران و معتمدین، نسبت به نیازهای ورزش به کمک‌های خیریه آشنا شوند. مسائل حقوقی و قانونی یکی از ملزومات اصلی حضور خیرین در ورزش است. کمبود قوانین حمایتی از خیرین و بخش‌های همکاری در ورزش از جمله مسائل اساسی

است. از این رو یکی از مصاحبه‌شوندگان اظهار داشت: «باید قوانین بهتری برای انگیزه دادن به خیرین برای حضور در ورزش صادر شود. بخش‌نامه‌هایی که بخشی از هزینه‌ها را از مالیات کسر کنند و به این ترتیب همکاران زیادی وارد عرصه ورزش خواهند شد» (خادم، ۱۳۹۸). بر این اساس محققینی چون حیدری‌فرد و شریفیان (۱۳۹۶) و افروزه، افروزه و کاملی (۱۳۹۶) به اهمیت مقررات مدون در مورد حمایت‌های مالی در ورزش اشاره کردند و جوادی‌پور (۱۳۹۴) به موانع قانونی اشاره داشته است. با توجه به مصاحبه‌های انجام شده، یکی از اساسی‌ترین مشکلات خیرین، مشکلات اداری و کمبود قوانین حمایتی دولتی بود که باعث دل‌سردی و کاهش روحیه و انگیزه در مسیر انجام فعالیت خیرخواهانه می‌شود و به تبع آن خیرین فعال نیز نسبت به تکرار امور خیریه، دچار تردید خواهند شد و عملاً در بحث حفظ و نگهداری از خیرین نیز عملکرد مناسبی نخواهد بود.

از دیگر عوامل مرتبط با عوامل حمایتی که می‌تواند به عنوان بستر و زمینه‌ساز انجام یک همکاری مشترک در ورزش به حساب آید نیروی انسانی و تجهیزات و ماشین‌آلات است که افروزه، افروزه و کاملی (۱۳۹۶) و هاتچیسون (۲۰۱۷) نیز در نتایج خود به آن اشاره کرده‌اند. منابع انسانی به عنوان مهم‌ترین بخش برای خیرین محسوب می‌شوند. جذب و به‌کارگیری منابع انسانی متناسب با اهداف و نیازهای خیرین و افرادی که تخصص لازم را در زمینه همکاری‌های مشترک با ورزش و یا انجام امور اداری را داشته باشند، بسیار اثربخش است. همچنین در اختیار گذاشتن تجهیزات لجستیکی ادارات مختلف برای همکاری با خیرین در هر حوزه‌ای برای جذب آنان بسیار راهگشا خواهد بود. جوادی‌پور (۱۳۹۴) نیز نتایجی همخوان با این تحقیق داشت.

چهارمین بُعد، عوامل مداخله‌گر بودند که شامل مقولاتی همچون عوامل سیاسی - امنیتی، ارزش‌ها، نگرش و عملکرد گذشته بود. عوامل مداخله‌گر به عواملی گفته می‌شود که در ورود و یا عدم ورود خیرین در ورزش به طور مستقیم و یا غیرمستقیم تأثیرگذارند. یکی

از عوامل مداخله‌گر در میزان جذب خیرین در هر حوزه، دخالت سیاسیون و دستگاه‌های دارای اهرم قدرت هستند؛ به‌گونه‌ای که ورود خیرین در برخی از حوزه‌ها به بیشتر از حد ظرفیت خود رسیده و در برخی حوزه‌ها، در حداقل هستند. ورود خیرین بستگی به سفارش و یا اجازه این دستگاه‌ها دارد. رستمی تنگکی، ماشینچی و قلتاش (۱۳۹۹) نیز به این نکته اشاره می‌کنند که قاطبه ایرانیان، از گذشته دور تا کنون در زمینه امور عقیدتی و ساخت اماکن مذهبی، اهل وقف و بذل اعتبار بوده‌اند، ولی در عرصه آموزشی همت به خرج نداده‌اند. رضایی، امیری و کوزه‌چیان (۱۳۹۵)، دخالت نهادها و تشکل‌های سیاسی را یکی از مهمترین موانع خصوصی‌سازی بیان می‌کنند. کریستینسن و هولیهان (۲۰۱۷) دخالت‌های دولت در بخش ورزش حرفه‌ای را نکوهش می‌کند و بر خصوصی‌سازی این بخش تأکید می‌کند. در خصوص مؤلفه امنیت برای خیرین، هیچ‌گونه پژوهشی یافت نشد اما براساس مصاحبه‌های انجام شده، یکی از بزرگ‌ترین دغدغه‌های خیرین به شمار می‌رود؛ تا جایی که معمولاً تمایلی به افشای نام و نشان خود به عنوان فردی متمول را ندارند. ترس از مزاحمت‌های جانی و مالی و یا مراجعات و درخواست‌های شخصی افراد جامعه، امنیت روحی و روانی خیرین را به مخاطره انداخته است.

ارزش‌های اجتماعی مقوله‌ای است که تحت تأثیر نگرش و فرهنگ جامعه قرار دارد. به طوری که رستمی تنگکی، ماشینچی و قلتاش (۱۳۹۹) به این نتیجه دست یافتند که یکی از عوامل مهم در طراحی و اعتباربخشی الگوی احسان، باور به اعتلای ارزش‌ها و ترویج فرهنگ مدیریت مشارکتی است. در واقع نگرش، نیز بخشی از فرهنگ است. البته علت نگرش منفی به ورزش معمولاً حرکات و اعمال نادرست افرادی است که به ظاهر ورزشکار تلقی شده ولی تصویر نامطلوبی از ورزش ارائه داده و مشکلات و درگیری‌هایی که باعث می‌شود ذهن افراد به ورزش مخدوش شده و فرهنگ ورزشی را توأم با مسائل خشونت‌آمیز

بدانند؛ در چنین حالتی از حضور در ورزش و یا وقف در ورزش خودداری می‌کنند. مرور مطالعات گذشته در مورد امور خیریه بیانگر سهم بیشتر اماکن مقدس از مشارکت خیرین نسبت به ورزش است. یکی از دلایل توجه ویژه خیرین به ساخت و تجهیز اماکن مذهبی و آموزشی نسبت به ورزش، ارزش‌های اجتماعی هستند که به مرور در باورهای جوامع ساخته می‌شوند. از جمله وظایف رسانه‌ها و جامعه‌شناسان و فرهیختگان کشور این است که با توجه به پیشرفت جوامع و سهم بالای ورزش در بسیاری از معادلات، بتوانند دایره تعمیم ارزش‌های اجتماعی را گسترده‌تر کرده و ورزش را به عنوان یکی از ارزش‌های مهم اجتماعی در جامعه رواج داده تا دیدگاه‌های منفی نسبت به آن کمرنگ‌تر شود و باعث سوق دادن مشارکت خیرین نسبت به گذشته در این بخش شود. یعقوبی و همکاران (۱۳۹۹) بیان داشتند که عواملی همچون اقوام، زبان و مذهب مردم در شکل‌گیری نوع نگرش تأثیرگذار بوده است. تصویر مناطق محروم در کشور می‌تواند بر حضور خیرین در بخش ورزش تأثیر داشته باشد. در این بین نوع نگرش مسئولین سیاسی کشور اعم از امامان جمعه، استانداران و فرمانداران و نمایندگان استان‌ها در مجلس به موضوع ورزش می‌تواند بسیار تأثیرگذار باشد. رهبری و همکاران (۱۳۹۸) نیز در نتایج خود بر این نکته تأکید داشتند. از یافته‌های یعقوبی و همکارانش این بود، در مواردی که مسئولین نگاه مثبتی به ورزش داشته‌اند، مشاهده شده است که کمک‌های مختلفی به تیم‌های ورزشی شده است؛ اما سلیقه‌ای رفتار کردن در تفسیر از خیرات و کار خیر و سوق دادن خیرین از طریق تریبون‌های مختلف، باعث مهجور ماندن ورزش از مشارکت مالی خیرین می‌شود. البته با توجه به این موضوع که شاکله ورزش کشور دولتی است همواره شاهد دخالت‌های مختلف و اعمال نظر و سلیقه از طرف مسئولین بوده‌ایم که خود می‌تواند بر میزان و نحوه مشارکت خیرین در ورزش تأثیرگذار باشد. کشاورز و همکاران (۱۳۹۳) نیز در نتایجی همسو عوامل سیاسی را بر جذب حامیان مؤثر می‌دانند.

عملکرد و سابقه خیرین، مسئولین و مدیران ورزشی در جذب خیرین به حوزه ورزش سهم بسزایی دارد. یعقوبی و همکارانش (۱۳۹۹) در نتایج خود بیان داشتند: «اینکه تعدادی از افراد خیر بتوانند به صورت جمعی و گروهی مشارکت و فعالیت داشته باشند؛ می تواند عامل تأثیرگذار در ورود افراد خیر به ورزش دانشگاهی باشد». حسن شاهی، قهرمان تیریزی و شریفیان (۱۳۹۶) بیان کردند که فقط ۱/۴ درصد از خیرین در حوزه ورزش دارای سابقه خیرخواهانه بودند. همچنین آنان در امور خیریه دیگری همچون ساخت مسجد، کمک به ایتم، امور فرهنگی و ... به میزان ۴ درصد سابقه مشارکت خیرخواهانه داشتند. گنجی، نیازی و احسانی راد (۱۳۹۴) بین متغیرهای دینداری، عدالتخواهی، انسجام اجتماعی، اعتماد اجتماعی، تعلق و تعهد اجتماعی و در نهایت استراتژی اجتماعی با مشارکت در امور خیریه و وقف رابطه معنادار و مستقیمی نشان داده اند.

انفعال مدیران ورزشی در استفاده از منابع مالی در بخش خصوصی و برنامه ریزی برای ورود خیرین به بخش ورزش کشور یکی دیگر از مقوله ها بود. رضایی، امیری و کوزه چیان (۱۳۹۴) عدم شایسته سالاری در انتخاب مدیران ورزشی را یکی از مهمترین موانع توسعه ورزش کشور بیان کردند. رهبری و همکاران (۱۳۹۸) استفاده از مدیران متخصص را برای توسعه ورزش الزامی می دانند. آلونسو^۱ و سانتوس (۲۰۱۸) بر نقش عوامل مدیریتی در توسعه ورزش حرفه ای تأکید دارند. رامون^۲ (۲۰۱۷) نیز مدیران خلاق و کارآفرین را موتور توسعه صنعت ورزش ذکر می کند. مدیران ورزشی لایق باید با برنامه ریزی جهت شناسایی، جذب و سپس حفظ و نگهداری خیرین برای توسعه ورزش، گام های مؤثری بردارند و از ظرفیت خیرین برای رفع کمبودها استفاده کنند. مطالعات گسترده در این باره انجام دهند و از تجربه های دیگران بهره جسته و تیم های اختصاصی برای این منظور تشکیل داده و با

1. Alosa and Santos
2. Ramon

شناسایی عوامل جذب و موانع، بهترین بستر را برای ورود خیرین آماده کنند. پنجمین بُعد، پیامدها بودند که شامل مقوله توسعه آثار مثبت وقف بود. با بررسی نتایج به دست آمده می‌توان بیان داشت که توسعه رفتار خیرخواهانه و نشان دادن آثار مثبت وقف و خیرات در ورزش، یکی از مقوله‌های جذب خیرین در ورزش کشور است که مقوله‌هایی همچون افزایش نوع دوستی و تعاون، توسعه تجهیزات ورزشی و امکانات و افزایش سلامت جامعه را در برمی‌گیرد. یعقوبی و همکاران (۱۳۹۹) نیز توسعه تجهیزات ورزشی در فضای خوابگاهی و دانشگاهی و یا حضور داوطلبانه افرادی که وقت و زمان خود را به کمک در فعالیت‌های ورزش دانشگاهی اختصاص می‌دهند را مصداقی از رفتارهای خیرانه دانستند. همچنین حس انسان دوستی، حفظ چهره اجتماعی و دریافت جایگاه از جمله عوامل مؤثر در جذب و مشارکت خیرین در اقدامات خیرخواهانه بودند.

در بخش توسعه کسب و کار ورزشی از طریق حضور خیرین در انجام خیرات ورزشی، یعقوبی و همکاران (۱۳۹۹) به این نتیجه رسیدند که با تبلیغ فعالیت‌های خیرانه توسط ورزشکاران مطرح کشور جهت ترغیب به فعالیت مخاطبان در ورزش دانشگاهی، همچنین تبلیغ و شناساندن حوزه ورزش دانشگاهی به خیرین توسط شخصیت‌های مطرح کشوری همچون اساتید مطرح، موجب جذب آنان خواهد شد. به نظر می‌رسد که ورزش کشور می‌تواند با انجام فعالیت‌های بازاریابی، خود را از بودجه عمومی دولت جدا کند و با جذب حامیان مالی، موجبات درآمدزایی بیشتر برای بخش‌های مختلف ورزش کشور را فراهم آورد. دنیز و پینل (۲۰۱۴) اعتقاد دارند که برای توسعه ورزش باید بین صنعت ورزش و مدارس ارتباط تنگاتنگی وجود داشته باشد. پورکیانی و همکاران (۱۳۹۶) توسعه نظام استعدادیابی را برای پیشرفت ورزش کشور لازم می‌دانند. رضایی، امیری و کوزه‌چیان (۱۳۹۵) آمایش سرزمینی در ورزش را برای کشف استعدادها ضروری می‌دانند و معتقدند گردشگری ورزشی پیامدهای طولانی‌مدت اجتماعی و اقتصادی مستقیم و غیرمستقیم بر اقتصاد ملی

و محلی دارد. در بسیاری از موارد، خیرین از کارکردهای سیاسی، اقتصادی و فرهنگی - اجتماعی ورزش، یا ناآگاه بودند و یا اطلاعات بسیار کمی داشتند. اگر رسانه‌های جمعی، رادیو و تلویزیون و شبکه‌های اجتماعی در شناساندن این ابعاد به مردم همت گمارند، توجه خیرین و حتی سرمایه‌گذاران بخش خصوصی نسبت به ورزش و کمبودها جلب شده و در جهت رفع این نیازها، تلاش‌های بیشتری انجام خواهد شد.

بدون شک افزایش فعالیت‌های ورزشی در جامعه، با سلامت عمومی و کاهش بیماری‌های مرتبط با شاخص‌های سلامت ارتباط دارد. کمک به ساخت و تجهیز اماکن ورزش احتمالاً می‌تواند زمینه مشارکت عموم مردم در فعالیت‌های ورزشی و تندرستی را افزایش دهد؛ به طوری که مردم به عنوان نیروی انسانی مورد نیاز کشور با شرکت در فعالیت‌های ورزشی و کسب تندرستی برای فعالیت‌های شغلی خود در جامعه آماده می‌شوند. کسب نشاط و شادابی، مقابله با بیماری‌های مختلف، جلوگیری از گسترش ناهنجاری‌ها و بزهکاری‌های اجتماعی، مقابله با اعتیاد، ایجاد امید و ارتقای بهره‌وری از نتایج سرمایه‌گذاری‌های مادی و معنوی برای گسترش ورزش است.

ششمین بُعد نیز راهبردها بودند که شامل مقولاتی همچون، مدیریت پروژه‌ای وقف، کارشناسی وقف و جهت‌دهی بود. مدیریت پروژه‌ای وقف را می‌توان در قالب مفاهیمی همچون آگاهی خیرین از میزان هزینه‌کرد، برنامه دولت برای نگهداری از مجموعه، برقراری ارتباط و حفظ و استمرار این ارتباط با خیرین و همچنین تلاش برای افزایش تعداد ایشان در حوزه ورزش به شمار آورد که با تبلیغ فعالیت‌های افراد خیر از طریق بازگو کردن در رسانه‌های جمعی و دعوت از آنها در برنامه‌های مختلف رادیو و تلویزیونی و یا دعوت به سمینارهای ورزشی و تقدیر و تشکر در این‌گونه برنامه‌ها از طریق ورزشکاران و اساتید مطرح ورزشی در سطح کشور جهت ترغیب، موجب جذب خیرین خواهد شد. اولویت مؤلفه‌های مدیریتی و اجرایی، دلالت بر نیازمندی توسعه وقف و خیریه در ورزش و یکپارچگی مدیریتی

و چابک‌سازی سیستم اجرایی است، به طوری که باندز، براندون و آرمسترانگ^۱ (۲۰۱۶) بر نقش مدیریت دانش، مدیریت استراتژیک و فراهم کردن تسهیلات و تجهیزات مدرن برای توسعه ورزش قهرمانی تأکید دارند. بروس، سوتیریا و بوسچر^۲ (۲۰۱۴) نیز بر حمایت مالی، سازمان و ساختار منسجم و تسهیلات تمرینی و پژوهش‌های علمی در موفقیت‌های ورزشی و جذب حمایت‌های مالی تأکید داشتند. می‌توان گفت عمده آسیب‌ها در بخش مدیریت وقف است و در شریعت به مدیریت وقف و اداره آن توجه ویژه شده است.

وقف از جمله موضوعاتی است که به رغم ظرفیت وسیع آن در شمول مباحث کاربردی اقتصادی، علمی، پژوهشی و اجتماعی، کمتر مورد بررسی پژوهشگران قرار گرفته است و جز اندکی در بُعد فقهی، در دیگر ابعاد آن، تحقیقات جامع علمی صورت نگرفته است، تا جایی که کمک و واگذاری اموال از راه مؤسسات و سازمان‌ها وارد کمک‌های مستقیم به صورت نذری و کمک‌های فردی شده است. براساس یافته‌های همتی‌نژاد، بنار و مرادی شرف (۱۳۹۵) استفاده از نظر متخصصین هر حوزه، داشتن اتاق فکر در مجمع خیرین برای ارائه مشاوره و جلب نظر متخصصین در امر وقف را باعث بهینه‌سازی موقوفات و توزیع عادلانه این منابع مالی می‌دانند.

می‌توان گفت مهمترین گام برای ایجاد نگرش مثبت نسبت به مسائل و واقعیت‌های هر دو حوزه وقف و ورزش در جامعه، ارائه اطلاعات صحیح و شفاف است. کسانی که عهده‌دار انتقال این اطلاعات هستند باید از صلاحیت‌های شناختی، عاطفی و عملکردی لازم برخوردار باشند تا سخنان، گفتار و نوشتار آنها در دل‌ها نفوذ کند و آنها را متحول و متأثر کند. متأسفانه هم متولیان وقف و هم متولیان ورزش آن‌طور که شایسته جایگاه و اهمیت این دو حوزه اجتماعی است؛ به تبلیغ، ترویج و فرهنگ‌سازی نپرداخته‌اند.

1. Bunds, Brandon-Lai and Armstrong

2. Brouwers, Sotiriadou Popi and De Bosscher

با توجه به نتایج و مصاحبه با متخصصین این حوزه پیشنهاد می‌شود ترکیب منابع انسانی در مجمع خیرین شهرستان‌ها و استان‌ها و کشور تغییر یابد و به صورت تخصصی و متشکل از افراد صاحب نظر باشد تا امکان تصمیم‌گیری مناسب فراهم شود. همچنین هماهنگی و همکاری بیشتر اداره‌ها نیز عامل مهمی در جذب کمک‌های مردمی است. شاید توقع اینکه صرفاً اداره کل ورزش و جوانان در هر استان متولی امورات خیرین در ورزش شود، خارج از انتظار و توانایی این سازمان‌ها باشد. ادارات و مؤسساتی همچون اوقاف، ورزش و جوانان، آموزش و پرورش و بهداشت و درمان باید با همکاری هم، جلسات هم‌اندیشی در خصوص نیازها و اولویت‌های استفاده از خیرین داشته باشند. ضروری است مدیران ورزشی با تشکیل کمیته‌هایی در جهت شناسایی، جذب و نگهداری خیرین در ورزش اهتمام ورزند و با تشکیل یک بانک اطلاعاتی و آماری مناسب از این افراد به برنامه‌ریزی بهتر در حوزه ورزش و هدایت برنامه‌های مرتبط با فعالیت‌های خیرخواهانه اقدام کنند. مطالعه محتوای مرتبط با عوامل و موانع جذب خیرین و استفاده مدیران ورزشی از تجارب دیگر حوزه‌ها که در جذب خیرین موفق‌تر بوده‌اند به مدیران ورزشی توصیه می‌شود. به منظور دریافت این تجارب و اطلاعات به روز می‌توان از برگزاری همایش‌ها یا نشست‌های تخصصی مرتبط با موضوع استفاده کرد؛ کما اینکه با توسعه آموزش‌های مجازی می‌توان کمال استفاده را کرد. تسهیم تجارت خیرین و انتظارات مسئولین می‌تواند موجب هم‌افزایی فعالیت‌های خیرخواهانه در ورزش شود. با توجه به اینکه یکی از یافته‌های این تحقیق استفاده از ظرفیت معتمدین و روحانیت بود، پیشنهاد می‌شود فعالان حوزه ورزش جلساتی را با این اقشار برگزار کنند تا ضمن توجیه و بیان اهمیت موضوع ورزش و بازگو کردن کارکردهای اقتصادی، اجتماعی و بهداشتی ورزش بر رشد جامعه و تقاضا برای ترغیب و تشویق خیرین در وقف و مشارکت خیر در ورزش تأکید کنند تا از این رهگذار، روحانیون سفیرانی برای تشویق خیرین و آحاد مردم به وقف در حوزه ورزش باشند.

منابع و مأخذ

۱. افروزه، محمدصادق، حکیمه افروزه و فاطمه کاملی (۱۳۹۶). «شناسایی عوامل مؤثر بر جذب خیران و واقفان در ورزش»، *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۹(۴۶).
۲. اکرامی فر، محمودرضا (۱۳۸۲). «موانع و راهکارهای افزایش جذب خیرین در ارائه خدمات به آموزش و پرورش خراسان»، طرح پژوهشی.
۳. ایل‌نیوز (۱۳۹۱).
۴. بنار، نوشین، صلاح دستوم، حمیدرضا گوهر رستمی و فاطمه محدث (۱۳۹۷). «طراحی مدل توسعه مشارکت ورزشی (مطالعه موردی استان گیلان)»، *مدیریت منابع انسانی در ورزش*، ۵(۲).
۵. پورکیانی، محمد، مهرزاد حمیدی، محمود گودرزی و محمد خبیری (۱۳۹۶). «تحلیل اثرگذاری ورزش حرفه‌ای و قهرمانی بر توسعه ورزش»، *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۹(۴۲).
۶. پویافرد، محمودرضا (۱۳۹۵). «از خیر قدسی تا خیر عرفی؛ بررسی پیامدهای مرزبندی بین امور خیر در جامعه ایرانی»، *مجموعه مقالات اولین همایش ملی خیرمندانگاران (مطالعه و ارزیابی امور خیر در ایران)*، بنیاد خیریه آلاء.
۷. جوادی پور، محمد (۱۳۹۴). «چالش‌های مدیریت ورزش قهرمانی در ایران»، *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۷(۳۰).
۸. حسن زاده سروستانی، حسین، مهدی تمیزی فر و محمودرضا سیمپاری (۱۳۹۳). «تأمین مالی جمعی، الگوی مناسب جهت جذب مشارکت‌های خیرین»، *دو فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مالی اسلامی*، سال ۱۸، ۷(۱۵).
۹. حسن شاهی، هانیه، کوروش قهرمان تبریزی و اسماعیل شریفیان (۱۳۹۶). «ارزیابی جایگاه وقف و امور خیریه ورزشی در بین واقفان استان کرمان»، *اولین همایش ملی دستاوردهای علوم ورزشی و سلامت دانشگاه علوم پزشکی آبادان*، اهواز.
۱۰. حیدری فرد، سمیه و اسماعیل شریفیان (۱۳۹۶). «شناسایی و مقایسه موانع مشارکت خیرین در توسعه فضاهای ورزشی»، *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۹(۴۱).
۱۱. خادم، امیررضا (۱۳۹۸). «شناسایی و مدل‌سازی عوامل مؤثر بر جذب منابع خیریه و وقف به ورزش زنان»، *فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان*، پیاپی ۴۳.
۱۲. خبرگزاری تسنیم (۱۳۹۷/۹/۸). <https://www.tasnimnews.com/fa/news>
۱۳. رادیو ورزش (۱۳۹۶/۰۳/۲۱). <http://radiovarzesh.ir/NewsDetails>
۱۴. رستمی تنگکی، آرمان، علی اصغر ماشینچی و عباس قلناش (۱۳۹۹). «تبیین طرح‌واره الگوی فرهنگ امداد و نیکوکاری در نظام تعلیم و تربیت رسمی کشور»، *مجله علمی - پژوهشی رویکرد جدید در مدیریت آموزشی*، ۱۱(۴۵).
۱۵. رضایی، شمس‌الدین (۱۳۹۵). *اقتصاد ورزش، اوقات فراغت و گردشگری*، چاپ اول، ایلام، انتشارات دانشگاه ایلام.
۱۶. رضائی، شمس‌الدین، مجتبی امیری و هاشم کوزه‌چیان (۱۳۹۵). «بررسی موانع توسعه روابط متقابل باشگاه‌های فوتبال و سازمان صداوسیما در ایران»، *نشریه مدیریت ورزشی*، ۸(۲).

۱۷. رضوی زاده، ندا و احمد محمدپور (۱۳۸۹). «برساخت تفسیری تجربه زیسته خیزان مدرسه ساز»، *راهبرد فرهنگ*، ش ۱۱-۱۰.

۱۸. رهبری، سمیه، عباس خدایاری، حبیب هنری و علی محمد امیرتاش (۱۳۹۸). «بررسی عوامل مؤثر بر حمایت مالی از ورزش همگانی ایران، یک مطالعه کیفی»، *رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی*، ۷(۲۷).

۱۹. کشاورز، لقمان؛ ابوالفضل فراهانی، یگانه موسوی جهرمی و فاتح فرازبانی (۱۳۹۳). «ارائه مدلی از عوامل جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی ایران»، *دوفصلنامه مدیریت و توسعه ورزش*، سال پنجم، ۲(۹).

۲۰. زرکی، پرستو، اسماعیل شریفیان و کوروش قهرمان تبریزی (۱۳۹۳). «تحلیل محتوای روزنامه‌های سراسری پرشمارگان و پرمخاطب برخط با تأکید بر پوشش مؤلفه‌های سند طرح جامع توسعه ورزش کشور»، *فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی*، ۳(۳).

۲۱. *سایت اطلاع‌رسانی اداره کل جوانان و ورزش استان اردبیل* (۱۳۹۲/۷/۲). <https://www.mehrnnews.com>

۲۲. *سایت خیرین مدرسه‌ساز استان تهران* (۱۳۹۰). <http://khayerinemasadresesaz.ir>

۲۳. عظیمی قالیباف، حمیده (۱۳۹۷). «شناسایی عوامل برانگیزاننده و بازدارنده مشارکت خیرین در احداث و توسعه فضاها و ورزشی شهر مشهد»، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد، مؤسسه آموزش عالی غیردولتی غیرانتفاعی سناباد گلپه‌هار*.

۲۴. گنجی، محمد، محسن نیازی و فاطمه احسانی‌راد (۱۳۹۴). «مشارکت در امور خیریه و وقف، پیش‌نیاز توسعه پایدار»، *فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی- فرهنگی*، ۳(۴).

۲۵. مسجدجامعی، ابراهیم (۱۳۷۷). «مشارکت فرهنگی و فرهنگ مشارکت»، *پایگاه مجلات تخصصی نور*، ش (۲۳۱).

۲۶. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۴). «بررسی و تحلیل وضعیت تربیت بدنی و ورزش با تأکید بر احکام برنامه‌های پنج‌گانه توسعه»، *دفتر مطالعات فرهنگی*، کد موضوعی ۲۷۰، شماره مسلسل ۱۴۵۱۹.

۲۷. همتی‌نژاد، مهرعلی، نوشین بنار و حشمت‌الله مرادی شرف (۱۳۹۵). «تحلیل عوامل انگیزاننده حمایت ورزشی در استان همدان»، *پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی*، دوره ۵، ۳(۱۹).

۲۸. یعقوبی، علی، محمد پورکیانی، فرشاد امامی و سیدحسین علوی (۱۳۹۹). «طراحی مدل کیفی عوامل مؤثر بر جذب خیرین ورزش دانشجویی کشور»، *پژوهش در ورزش تربیتی*، ۸(۲۱).

29. Alonso, D and M. Santos (2018). "Engagement in Sports Virtual Brand Communities", *Journal of Business Research*, Vol. 89

30. Brouwers, J., Popi Sotiriadou and V De Bosscher (2014). "Sport-specific Policies and Factors that Influence International Success: The Case of Tennis", *Sport Management Review*, Vol. 18, Issue. 3.

31. Bunds, K., S. Brandon-Lai and C. Armstrong (2016). "An Inductive investigation of

- ۳۳۳ _____ (یک رویکرد آمیخته)
Participants' Attachment to Charity Sports Events: The Case of Team Water Charity",
European Sport Management Quarterly, 16(3).
32. Daniel, R. (2015). "Investing in Sporting Success as a Domestic and Foreign Policy Tool: The Case of Qatar", *International Journal of Sport Policy and Politics*, 7(4).
33. Deniz, S. and F. Yenel (2014). "The Structural Analysis of Physical Education and Sports System in the Turkish Republic of Northern Cyprus", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, Vol. 89(10).
34. Filo, K, D. Fechner and Y. Inoue (2019). "Charity Sport Event Participants and Fundraising: An Examination of Constraints and Negotiation Strategies", *Sport Management Review*, 23(3).
35. Galan T. Terial, S. Janet, Dean Fink and F. Anderson (2003). "Sport Spectator Consumption Behavior", *Sport Marketing Quarterly*, Vol. 12.
36. <https://olympics.com/ioc/news/amp/three-ngos-inspiring-young-and-old-through-sport-honoured-with-ioc-grant> (2017).
37. Hutchinson M. (2017). "Political Activity in Escalation of Commitment: Sport Facility Funding and Government Decision Making in the United States", *Sport Management Review*, Vol. 21, Issue. 3.
38. Kristiansene E. and B. Houlihan (2017). "Developing Young Athletes: The Role of Private Sport Schools in the Norwegian Sport System", *International Review of the Sociology of Sport*, (4)52.
39. Kvale, Steinar (1996). *InterViews: an Introduction to Qualitative Research Interviewing, Paperback*, SAGE Publications.
40. Ramon S (2017). "Participatory Research in Sport-for-development: Complexities, Experiences and (Missed) Opportunities", *Sport Management Review*, 22(1).
41. Rowe, K. A. Karg and E. Sherry (2019). "Community-oriented Practice: Examining Corporate Social Responsibility and Development Activities in Professional Sport", *Sport Management Review*, 22(3).
42. Terry, Eddy and Benjamin Colin Cork (2018). "Sponsorship Antecedents and Outcomes in

Participant Sport Settings”, *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 20(2).

43. Varmus, Michal, Milan Kubina and J. Soviar (2015). “Cooperation on Sport Market Reasons and Ways How to Improve it”, 23.

44. Wolverton, B. (2008). “College Giving Rose 6.3% Last Year, Report Finds (Electronic Version)”, *Chronicle of Philanthropy*, 20(10).

45. Wooda, L, R. Snelgroveb and K. Danylchuka (2010). “Segmenting Volunteer Fundraisers at a Charity Sport Event”, *Journal of Nonprofit and Public-Sector Marketing*, 22(1).