

شناسایی کارکردهای اجتماعی جذب خیران در ورزش دانشجویی کشور

علی یعقوبی^۱، محمدباقر فرقانی اوزرودی^{۲*}

۱- گروه تربیت بدنی، دانشگاه صنعتی نوشیروانی، بابل، ایران
۲- گروه تربیت بدنی، آموزش و پرورش، بابل، ایران

(دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۱۵ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۱/۱۶)

چکیده

هدف اصلی این پژوهش شناسایی کارکردهای اجتماعی جذب خیران در ورزش دانشجویی کشور است. تحقیق از لحاظ هدف کاربردی و به روش آمیخته اجرا شده است. نحوه جمع‌آوری داده‌ها به شکل میدانی بوده و با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای، تحلیل محتوای ۲۶ پژوهش و مصاحبه با ۲۳ نفر خبره و صاحب‌نظر، فرصت‌ها و چالش‌های کارکردهای اجتماعی جذب خیران در ورزش دانشجویی کشور شناسایی شد. به منظور بررسی گویه‌ها از روش کیفی با تشکیل گروه دلفی در دو مرحله استفاده شد. در بخش کمی پرسش‌نامه محقق‌ساخته‌ای از مقیاس پنج‌ارزشی لیکرت به صورت برخط در میان نمونه آماری (۱۲۵ نفر) توزیع شد. یافته‌های حاصل از توزیع پرسش‌نامه در نرم‌افزارهای اس.پی.اس.اس. نسخه ۲۲ و پی.ال.اس. مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد رابطه معناداری بین افزایش مشارکت و کارکرد اجتماعی ($\beta=0/291$; $t=12/023$) وجود دارد (رتبه اول)؛ رابطه معناداری بین خدمات‌رسانی به جامعه دانشجویی و کارکرد اجتماعی ($\beta=0/306$; $t=11/289$) وجود دارد (رتبه دوم)؛ رابطه معناداری بین مالکیت عموم و کارکرد اجتماعی ($\beta=0/231$; $t=10/593$) وجود دارد (رتبه سوم)؛ رابطه معناداری بین کمک به اقشار آسیب‌پذیر و کارکرد اجتماعی ($\beta=0/206$; $t=10/421$) وجود دارد (رتبه چهارم)؛ رابطه معناداری بین گسترش روحیه تعاون و همکاری و کارکرد اجتماعی ($\beta=0/369$; $t=10/024$) وجود دارد (رتبه پنجم). همچنین رابطه معناداری بین افزایش کیفیت ورزش دانشجویی و کارکرد اجتماعی ($\beta=0/391$; $t=8/816$) وجود دارد (رتبه ششم). با توجه به نتایج به‌دست‌آمده باید از ظرفیت کارکردهای اجتماعی وقف به‌عنوان پشتیبانی مهم برای توسعه فعالیت‌های ورزشی و تأمین منابع لازم برای ورزش دانشجویی در کشور استفاده کرد.

واژه‌های کلیدی: کارکردهای اجتماعی، جذب خیران، ورزش دانشجویی، توسعه.



مقدمه

وقف سنتی عام‌المنفعه و پسندیده است که در طول زمان باعث شکل‌گیری فرهنگ احسان و نیکوکاری و جذب عامه مردم به این سنت خداپسندانه در جامعه شده است (ساکي و جاوری، ۱۳۹۹). مسلماً برای جوامع مسلمان، آموزه‌های اسلامی و انگیزه‌های مذهبی مهم‌ترین عامل جهت مشارکت در امور خیریه است، اما عوامل دیگری نیز می‌توانند در افزایش انگیزه حامیان مؤثر باشند (یعقوبی و همکاران، ۱۴۰۰). در اصل مردم آن طرح‌هایی را تأمین مالی می‌کنند که نسبت به آن‌ها مشتاق هستند و نسبت به آن‌ها درگیری عاطفی پیدا می‌کنند (بوتیگلیا، ۲۰۱۶). در راستای اجرای سیاست‌های توسعه ورزش همگانی کشور اهمیت ایجاد تفکر استراتژیک و تدوین برنامه راهبردی مؤثر برای تحقق اهداف ازپیش تعیین‌شده بر هیچ کس پوشیده نیست (احمدیان جلوداری و همکاران، ۱۳۹۸). سالانه بخش چشمگیری از منابع مادی و معنوی در امر ورزش صرف می‌شود، اما باید اذعان کرد که متأسفانه اولویت‌بندی دقیقی در ورزش کشور وجود ندارد و اصولاً برنامه مناسبی برای توسعه ورزش موردتوجه نیست (رشید لمیر و همکاران، ۱۳۹۲). بیشترین حمایت از ورزش کشور را دولت و منابع مالی دولتی برعهده دارند که به دلیل کاهش سرمایه دولت برای سرمایه‌گذاری در ورزش، پاسخ‌گوی نیاز ورزش کشور نیست (سیدباقری و شریفیان، ۱۳۹۶). در نتیجه، سازمان‌های مختلف که مسئولیت ورزش کشور را برعهده دارند قادر نخواهند بود با اتکا به بودجه دولتی نیازهای خود را تأمین کنند (فائد، ۲۰۰۷)، ورزش دانشجویی نیز از این امر مستثنی نیست. تدوین سیاست و برنامه‌ریزی مدون برای ورزش دانشگاه‌ها، تأمین منابع انسانی و ایجاد امکانات و زیرساخت‌های ورزشی، تأمین منابع مالی و کنترل هزینه‌ها الزامی است (منافی و همکاران، ۱۳۹۴). حوزه ورزش و احداث فضاهای ورزشی نیازمند ورود خیران و کمک آن‌ها به دولت است و هدایت جوانان به عرصه‌های ورزشی به توسعه پایدار و تأمین سلامت و آرامش جامعه منجر می‌شود (یعقوبی و همکاران، ۱۴۰۰ ب).

یکی از شیوه‌های باارزش در تأمین مالی مراکز و خدمات عمومی استفاده از فرهنگ وقف و جذب خیران است که از موفق‌ترین روش‌های نشر ارزش‌های دینی، فرهنگی و ملی در محیط ورزش است (خادم، ۱۳۹۸). سنت وقف یکی از امکان‌های نظام اجتماعی پیشامدرن و ازجمله سازوکارهای موردحمایت دین برای حضوری نهادمند در حوزه‌های مختلف اجتماعی بوده است (نیازی، ۱۳۹۸). اهمیت نقش خیران هنگامی آشکارتر می‌شود که می‌بینیم در کشوری درحال توسعه زندگی می‌کنیم که علاوه بر انقلاب، جنگ تحمیلی و تحریم اقتصادی بین‌المللی، تحولات

1. Bottiglia
2. Faed

درونی شگرفی در فرهنگ و مدنیت را به بار آورده است. کشورهای صنعتی باوجود پیشرفت‌های که هیچ‌یک از این گرفتاری‌ها را نداشته و در گذشته نزدیک نیز نداشته‌اند، نیاز فراوانی به خیران دارند (با وجود این که تعداد مؤسسات خیریه در آن‌ها و ارقامی که هزینه می‌شود، بسیار بیشتر از کشور ماست)، لذا باید بدانیم که این موضوع، خاص کشور ما یا شرایط تاریخی ما نیست و در این حیطة، نیاز به امور خیریه بسیار متنوعی احساس می‌شود (حیدری فرد و شریفیان، ۱۳۹۶). ورزش دانشجویی به‌عنوان بخشی از فرایند ورزش تعلیم و تربیت در پی آن است که با فراهم آوردن زمینه‌های لازم و ایجاد محیط و فرصت مناسب، تمام دانشجویان را در موقعیت‌های تفریحی و رقابتی سالم قرار دهد و با پاسخ‌گویی به نیازهای اساسی آنان، برنامه‌هایی برای تقویت جسم هم‌گام با پرورش روح تأمین کند (حسینی و همکاران، ۱۳۹۳؛ احمدیان جلوداری و همکاران، ۱۳۹۸) و همچنین بخش مهمی از اهداف بلندمدت توسعه ملی، در بخش ورزش و جوانان است (منافی و همکاران، ۱۳۹۶).

توسعه تربیت بدنی و ورزش به‌عنوان زمینه‌ساز تأمین و تربیت نیروی انسانی سالم و تندرست بخشی از برنامه‌های توسعه ملی به‌شمار می‌رود و در این راستا توسعه ورزش دانشگاهی نقش مؤثری در توسعه دیگر مؤلفه‌های ورزش یعنی ورزش همگانی، قهرمانی و حفظ و توسعه سلامت جسمی و روانی دانشجویان و کارکنان دارد (یعقوبی و فرقانی اوزرودی، ۲۰۲۱). پس از برگزاری همایش بنیاد حامیان علم و فناوری در سال ۱۳۹۴ در مشهد و ورود خیران در بحث کمک به تحصیل دانشجویان کم‌بضاعت، بورسیه کردن دانشجویان مناطق محروم، بیمه دانشجویان مناطق محروم، خوابگاه‌سازی در مناطق محروم، تاکنون خیران دانشگاهی به حمایت مالی در ورزش دانشجویی وارد نشده‌اند. اکنون آنچه در اینجا اهمیت پیدا می‌کند حمایت از ورزش دانشجویی کشور است که حامیان و خیران به‌عنوان مخاطبان آن و دانشجویان ورزشکار و ورزش دانشجویی به‌عنوان بهره‌مندان از این حمایت معرفی می‌شوند و از اینجاست که مطالعه درمورد شناسایی کارکردهای اجتماعی جذب خیران در ورزش دانشجویی کشور لازم است. یافته‌های تحقیق حاضر به مدیران ورزشی دانشگاه‌های کشور این امکان را خواهد داد تا برای اتخاذ سیاست‌های جذب حامیان مالی و خیران ورزشی در دانشگاه خود، بر روی توسعه ورزش دانشجویی (همگانی و قهرمانی) تأکید کنند و بر میزان جذب دانشجویان به ورزش در دانشگاه خود بیفزایند که این امر در شرایط کنونی کشور و توسعه اقتصاد مقاومتی اهمیتی انکارناپذیر در بقا و پویایی ورزش دانشجویی کشور دارد.

محققان زیادی در این زمینه به پژوهش پرداختند، از جمله یعقوبی و همکاران (۱۴۰۰ الف) در بررسی عوامل مؤثر در جذب خیران در ورزش دانشجویی کشور و ارائه مدل دریافتند عامل



فرهنگی - اجتماعی مهم‌ترین عامل مؤثر بر جذب خیران در ورزش دانشجویی بود و عامل اقتصادی از نظر اهمیت در رتبه آخر قرار داشت. یعقوبی و همکاران (۱۳۹۹) در ارائه مدل کیفی عوامل مؤثر بر جذب خیران ورزش دانشجویی کشور (مبتنی بر نظریه پردازي داده‌بنیاد) بیان کردند از شرایط علی مؤثر بر جذب خیران می‌توان به باورهای دینی، وظیفه اجتماعی، نگرش خیران، نوع دوستی، فرهنگ خیریه در ورزش دانشگاهی و از شرایط زمینه‌ای به نیازهای اجتماعی، هموار بودن مسیر، حس اعتماد اشاره کرد. افشاری و همکاران (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با عنوان حمایت مالی: رویکردی در جهت جذب سرمایه پروژه‌های ورزشی بیان کردند ارزیابی مهم‌ترین عوامل نشان داد که معیار عوامل مدیریتی و سازمانی، به‌عنوان مهم‌ترین عامل جذب سرمایه برای پروژه‌های ورزشی است. همچنین، عوامل اجتماعی و فرهنگی کم‌ترین اهمیت را داشتند. نتایج حاصل از پژوهش لزوم اهتمام به جذب حمایت مالی را آشکار می‌سازد که با اثربخشی تبلیغات، افزایش میزان سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و روی کارآمدن شرکت‌های مختلف تولیدی و خدماتی این امر محقق می‌شود. حیدری و شریفیان (۱۳۹۶) در شناسایی و مقایسه موانع مشارکت خیران در توسعه فضاهای ورزشی دریافتند عواملی همچون مانع قانونی اجرایی، اعتقادی، فرهنگی اجتماعی و مانع مربوط به خود ورزش باعث دل‌سردی در مشارکت خیران در توسعه فضاهای ورزشی شده است. بنابراین، می‌توان امید داشت که با اقدام کردن در جهت رفع این موانع، مسیر مشارکت خیران برای توسعه ورزش هموار شود. به گفته کشاورز و همکاران (۱۳۹۵) در مدل عوامل جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی ایران نه عامل به ترتیب اولویت مدیریتی، ورزشی، مالی و اقتصادی، بازاریابی، رسانه‌ای و تبلیغاتی، سیاسی، حمایتی و تشویقی، فرهنگی و اجتماعی و حقوقی و قانونی وجود دارد. همچنین مدل به‌دست‌آمده از برآزش مطلوب برخوردار بود. همتی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۵) در تحلیل عوامل انگیزاننده حمایت ورزشی در استان همدان دریافتند شش عامل شامل عوامل ساختاری، تبلیغاتی، تسهیلاتی، محیطی، فرهنگی و مدیریتی به‌عنوان عوامل مؤثر انگیزاننده در حمایت ورزشی از دیدگاه مدیران شرکت‌ها و مدیران ورزشی است. گنجی و همکاران (۱۳۹۴) در بررسی مشارکت در امور خیریه و وقف، پیش‌درآمدی بر توسعه پایدار نشان دادند که رابطه معنادار و مستقیم بین متغیرهای دین‌داری، عدالت‌خواهی، انسجام اجتماعی، اعتماد اجتماعی، تعلق و تعهد اجتماعی با مشارکت در امور خیریه و وقف را نشان داده‌اند؛ به این معنی که هرچه آن عوامل در بین مردم قوی‌تر باشند، مشارکت مردم در نیکوکاری و به‌طور خاص وقف نیز بیشتر می‌شود. پاناتاس^۱ و همکاران (۲۰۲۰) در بررسی عوامل مؤثر بر جذب حامیان مالی در ورزش حرفه‌ای (پارالمپیک) دریافتند که افرادی بیشتر جذب

1. Patatas

ورزش‌های پارالمپیک می‌شوند که از مربیان بهتر، مدیران شایسته و وجهه اجتماعی بهتری برخوردار باشند فیلو^۱ و همکاران (۲۰۲۰) در بررسی نقش خیران در رویداد ورزشی و جمع‌آوری کمک‌های مالی، چهار محدودیت فقدان قابلیت پذیرش در میان خیران، فقدان نقدینگی، محدودیت زمانی و از عوامل مهم اثرگذار در جذب خیران عوامل اجتماعی، تبلیغات، قدردانی، وجهه شخصیتی و جوایز و انگیزه دادن به خیران در ورزش را شناسایی کردند. براساس این موضوعات، مدیران رویدادهای ورزشی می‌توانند در جذب خیریه و کمک‌های مالی موفق باشند. هینو و تاکادا^۲ (۲۰۲۰) در مقایسه بین حامیان مالی و رقبا در ورزش، یکی از عوامل مهم در مورد واکنش‌های بازار به حمایت از ورزش برای حامیان مالی تبلیغات از نظر بُعد اجتماعی را معرفی کردند که این واکنش‌های بازار به تبلیغات در حمایت ورزشی برای رقبا در ژاپن منفی بود. حامیان مالی با این که سود زیادی داشتند، ولی برای رقبای آن‌ها بُعد منفی داشته است، درحالی که واکنش‌های بازار تنها برای حامیان ژاپنی به‌طور قابل توجهی مثبت هستند. رو^۳ و همکاران (۲۰۱۹) با مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در فعالیت توسعه ورزش حرفه‌ای چهارده محور را شناسایی کردند که در سه گروه اصلی تقسیم شدند. هرچند محورهای اولیه برنامه‌های بهداشتی و سلامت را هدف قرار دادند و بر این موضوع که ورزش در سلامت تأثیر دارد تأکید کردند. مسئولیت اجتماعی مبتنی بر جامعه به‌عنوان یک مفهوم برای توصیف فعالیت‌های متمرکز بر جامعه ارائه می‌شود و شرکت‌ها با توجه به این مسئله در ورزش به فعالیت می‌پردازند. دجاللا^۴ و همکاران (۲۰۱۷) در بررسی رویکرد معنابخشی به شرکت‌ها در جذب خیران در ورزش بیان کردند عواملی همچون، دانش مدیران در پشتیبانی از خیران، هم‌کاری بین بخش‌های خیران و نقش ویژگی‌های ورزش و عوامل اجتماعی تأثیر معناداری در جذب خیران دارند. ابراهیم^۵ و همکاران (۲۰۱۴) در بررسی رویداد ورزشی به‌عنوان یک استراتژی اجتماعی در جذب خیران، هفت استراتژی اجتماعی را شناسایی کردند که تعهد، شناسایی و اعتماد تأثیر قابل توجهی بر جذب خیران داشت. همچنین، این نتایج مدیران ورزشی را با ابزار بهبود ورزش از نظر مالی و معنوی همچنین ارتباطات بازاریابی ورزشی آشنا می‌کند.

با توجه به آنچه اشاره شد، نقش تعیین‌کننده منابع علمی در جهت‌گیری جذب حامیان مالی و خیران در ورزش دانشجویی، همچنین در مسیر اجرایی شدن اصل ۴۴ قانون اساسی و در

1. Filo
2. Hino & Takeda
3. Rowe
4. Djaballah
5. Ibrahim



راستای تدابیر انسان‌دوستانه مبنی بر جلب مشارکت‌های همگانی در توسعه اجتماعی اجرای تحقیق حاضر از اهمیت و ضرورت بسزایی برخوردار است. عوامل مختلفی در عدم توجه خیران و مشارکت‌کنندگان به حوزه ورزش دانشجویی اثرگذار است که در این پژوهش سعی بر این است تا دلایل چالش‌ها و فرصت‌های اجتماعی جذب خیران، در حوزه ورزش دانشجویی از دیدگاه خیران و مدیران ورزش دانشگاه‌های کشور شناسایی و راهکارهای عملی جهت برنامه‌ریزی‌های جامع و اصولی به‌منظور جذب مشارکت‌های خیران و حامیان مالی ارائه شود. بنابراین باید دید چه عواملی اجتماعی بر تمایل حامیان مالی و خیران در ورزش دانشجویی اثرگذار است؟ و در بین این عوامل کدام عامل تا عوامل بیشترین تأثیر را بر تمایل به جذب حامیان مالی و خیران به ورزش دانشجویی دارند؟

روش تحقیق

روش تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی و به روش آمیخته بود. نحوه جمع‌آوری داده‌ها به‌شکل میدانی بود که با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای، تحلیل محتوای ۲۶ پژوهش و مصاحبه با ۲۳ نفر خبره و صاحب‌نظر، فرصت‌ها و چالش‌های کارکردهای اجتماعی جذب خیران در ورزش دانشجویی کشور شناسایی شد.

با توجه به کارکردهای اجتماعی جذب خیران در ورزش دانشجویی کشور و نیاز به جمع‌آوری داده‌ها از حوزه‌های مختلف، جامعه آماری پژوهش را تمام مدیران تربیت بدنی و اعضای ستاد خیران ورزشی دانشگاه‌های کشور تشکیل می‌دادند. در بخش اول مصاحبه نیمه‌ساختاریافته حضوری یا تلفنی از نوع مصاحبه مفهومی^۱ بود که تا رسیدن به مرحله اشباع نظری ادامه یافت. مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با طرح پرسش «فرصت‌ها (۲۷ گویه) و چالش‌ها (۹ گویه) از دیدگاه شما مدیران تربیت بدنی و اعضای ستاد خیران ورزشی دانشگاه‌های کشور کدام‌اند؟» آغاز و باقی پرسش‌ها براساس پاسخ‌های مصاحبه‌شونده طرح می‌شد. بعد از مصاحبه با ۲۳ نفر (۲۰ آقا و ۳ خانم) جمع‌آوری شد. در بخش دوم فهرست گویه‌های تهیه‌شده در اختیار اعضای گروه دلفی قرار گرفت که پانزده فرد از صاحب‌نظران مدیریت ورزشی و خیران در امر ورزش دانشگاهی بودند و در دو مرحله اجرا شد. روش نمونه‌گیری در بخش کیفی، غیرتصادفی از نوع هدفمند بود (۱۲۵ نفر). در بخش کمی بر مبنای نتایج به‌دست‌آمده در گروه دلفی پرسش‌نامه محقق‌ساخته‌ای در مقیاس پنج‌ارزشی لیکرت (از بسیار کم = ۱ تا بسیار زیاد = ۵)، به‌صورت برخط طراحی و در میان دانشگاهیان ورزشکار و خبرگان امر جذب خیران توزیع شد.

1. Conceptual Interview

جدول ۱. تعداد نمونه آماری بخش‌های مختلف پژوهش

روش	مرحله	تعداد نمونه
کیفی	تحلیل محتوای پژوهش‌ها	۲۶
	مصاحبه	۲۳
	دلفی	۱۵
کمی	پرسش‌نامه عوامل اجتماعی جذب خیران در ورزش	۱۲۵

ابزار جمع‌آوری اطلاعات در پژوهش حاضر در دو بخش کیفی و کمی به شرح ذیل است:
در بخش کیفی که در چهار مرحله انجام گرفت:

مرحله اول: مطالعات کتابخانه‌ای و گردآوری داده‌ها: در این مرحله از طریق بررسی اسناد و منابع کتابخانه‌ای در زمینه کارکردهای اجتماعی جذب خیران در ورزش دانشجویی؛ عوامل اجتماعی در شش حیطه (گسترش مالکیت عمومی، کمک به اقشار آسیب‌پذیر، خدمات‌رسانی به جامعه دانشجویی، افزایش کیفیت ورزش دانشجویی، افزایش مشارکت، گسترش روحیه تعاون و همکاری) جمع‌آوری شد.

مرحله دوم: مصاحبه و تکمیل داده‌ها: این مرحله با استفاده از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته‌ای که به صورت حضوری یا تلفنی صورت پذیرفت؛ نظرات ۲۶ نفر از استادان و نخبگان دانشگاهی و خیران مرتبط در عرصه ورزش دانشجویی ثبت شد. قبل از انجام مصاحبه، هماهنگی‌های لازم از طریق تماس تلفنی با مصاحبه‌شونده‌ها، جهت انتخاب زمان مناسب انجام می‌شد. همچنین در حین مصاحبه برای حفظ اعتبار مطالب علاوه بر یادداشت‌برداری نکات مهم هر مصاحبه، با کسب اجازه از مصاحبه‌شوندگان، مصاحبه‌ها ضبط می‌شدند.

مرحله سوم: کدگذاری داده‌ها: هم‌زمان با جمع‌آوری داده‌ها، به بخش‌های مختلف داده‌ها برچسب‌هایی داده می‌شد تا نشان دهد که هر داده‌ای به چه چیزی مربوط می‌شود. بدین ترتیب داده‌ها کدگذاری باز شدند. طی فرایند مقایسه‌ای مداوم تحلیل داده‌ها، مجموعه این داده‌های کیفی اولیه به علت تشابه معنایی و تکراری بودن این مفاهیم در هم ادغام و به مفاهیم کم‌تری تقلیل پیدا کردند. با کدگذاری محوری، مفاهیم هم‌خانواده و مفاهیمی که شبیه یکدیگر بودند در یک حیطه قرار گرفتند که در انتها داده‌ها در شش حیطه طبقه‌بندی شدند. همچنین، به تمامی منابعی که در بخش جمع‌آوری داده‌ها از آن‌ها استفاده شد، اعم از منابع کتابخانه‌ای یا مصاحبه، کد مخصوص تعلق گرفت. به هریک از مقالات به ترتیب سال انتشار و خارجی یا داخلی بودن آن‌ها، کد R_1 الی R_{26} و به هریک از مصاحبه‌ها براساس جدول حیطه‌بندی‌شده افراد، کد P_1 الی P_{23} اختصاص داده شد.

مرحله چهارم: روش دلفی با حضور پانزده نفر از صاحب‌نظران، استادان و نخبگان دانشگاهی



و مدیران اجرایی از حوزه‌های خیران در ورزش دانشگاهی آشنا بوده‌اند انجام گرفت. پرسش‌نامه به صورت حضوری یا مجازی در اختیار آن‌ها قرار گرفت. پرسش‌نامه متشکل از ۲۷ گویه به صورت دو گزینه‌ای بلی یا خیر با هدف تأیید یا رد گویه‌ها و همچنین کسب پیشنهادهای جدید در صورت نادیده گرفته شدن برخی از مفاهیم، در اختیار گروه دلفی قرار گرفت. اعضای گروه دلفی در مرحله اول گویه‌ها را بررسی کردند و گویه‌ای پیشنهاد نکردند. گویه‌ها برای راند دوم در اختیار گروه دلفی قرار گرفت و اعضا نظرات قبلی خویش را تأیید کردند. بر اساس اجماع گروه دلفی که معیار آن توافق ۷۰ درصدی اعضا در مورد هریک از گویه‌ها بود، گویه‌هایی که درصد فراوانی آن‌ها بالاتر از ۷۰ درصد بود برای مرحله بعد استخراج و رتبه‌بندی شدند؛ با توجه به این‌که اعضای گروه دلفی در هر دو مرحله گویه جدیدی را پیشنهاد نکردند و روش دلفی در دو راند به پایان رسید. پرسش‌نامه‌ای بر مبنای نتایج به دست آمده در بخش کیفی به تعداد ۲۳ سؤال در شش حیطه (گسترش مالکیت عمومی، کمک به اقشار آسیب‌پذیر، خدمات‌رسانی به جامعه دانشجویی، افزایش کیفیت ورزش دانشجویی، افزایش مشارکت، گسترش روحیه تعاون و همکاری) در مقیاس پنج‌ارزشی لیکرت تنظیم شد. برای تعیین روایی پرسش‌نامه پژوهش از «روایی محتوایی» استفاده شد. بدین ترتیب که ده نفر از استادان دانشگاه، متخصصان و مدیران در عرصه ورزش دانشجویی با ارائه نظرهای خود روایی محتوایی آن را بررسی و تأیید کردند. به منظور محاسبه پایایی پرسش‌نامه، از روش محاسبه آلفای کرونباخ^۱ توسط نرم‌افزار اس.پی.اس.اس.^۲ نسخه ۲۲ استفاده شد. بدین صورت که پرسش‌نامه به طور آزمایشی در بین یک گروه ۳۰ نفری توزیع و نظرات جمع‌آوری و آلفای کرونباخ محاسبه شد.

جدول ۲. مقدار پایایی (آلفای کرونباخ) در حیطه‌های پرسش‌نامه

ردیف	حیطه	تعداد سؤال‌ها	مقدار آلفای کرونباخ
۱	گسترش مالکیت عمومی	۳	۰/۸۲۷
۲	کمک به اقشار آسیب‌پذیر	۴	۰/۷۹۳
۳	خدمات‌رسانی به جامعه دانشجویی	۳	۰/۸۰۳
۴	افزایش کیفیت ورزش دانشجویی	۳	۰/۷۹۱
۵	افزایش مشارکت	۴	۰/۸۶۱
۶	گسترش روحیه تعاون و همکاری	۶	۰/۷۶۴
۷	مقدار کل حیطه‌ها	۲۳	۰/۸۴۷

پس از استخراج و دسته‌بندی اطلاعات جمع‌آوری‌شده، در بخش کیفی جهت رتبه‌بندی

1. Cronbach's alpha
2. SPSS = Statistical Package for the Social Sciences

گویه‌ها از روش آماری اجماع نظری گروه دلفی با معیار توافق بالای ۷۰ درصد خبرگان نسبت به هر گویه استفاده شد.

در بخش کمی نیز تمامی داده‌های حاصل از پرسش‌نامه‌ها وارد نرم‌افزار اس.پی.اس.اس. شد و از روش آماری توصیفی میانگین، فراوانی و انحراف استاندارد برای توصیف متغیرها در جامعه تحقیق استفاده شد. همچنین در بخش آمار استنباطی جهت تهیه مدل ساختاری و سنجش اثر عوامل از مدل‌سازی معادلات ساختاری^۱ با رویکرد حداقل مربعات جزئی به وسیله نرم‌افزار پی.ال.اس. استفاده شد. دلایل استفاده از نرم‌افزار مزبور، غیرنرمال بودن توزیع داده‌ها و تعدد شاخص‌ها و سازه‌های پژوهش بود.

یافته‌های تحقیق

جدول ۳. فرصت‌های اجتماعی جذب خیران در ورزش دانشجویی کشور

ردیف	فرصت حیطة اجتماعی	پژوهش‌ها	مصاحبه با افراد	گروه دلفی		با گویه‌ها موافق هستم	درصد توافق اول	درصد توافق راند دوم
				بلی	خیر			
۱	گسترش اماکن ورزشی در دانشگاه‌ها	R4, R15, R18- R25	P3, P4, P11, P14, P23	۱۵	۰	۱۰۰٪	۱۰٪	۱/۵
۲	همگانی شدن ورزش دانشجویی	R1-R4, R6, R7, R13, R16, R18-R20, P23	P4, P7, P14, P19, P20, P21, P23	۱۵	۰	۱۰۰٪	۱۰٪	۱/۵
۳	استحکام و توسعه ورزش دانشجویی	R3, R6, R7, R10, R13, R25	P3, P4	۱۴	۱	۹۳٪	۹۳٪	۴
۴	گسترش بهداشت و سلامت	R1-R4, R6, R7, R10, R13, R18, R24	-	۱۴	۱	۹۱٪	۹۳٪	۴
۵	ایجاد بستر مناسب برای فعالیت	R6, R13	P14, P20	۱۴	۱	۹۱٪	۹۳٪	۴
۶	تامین مکان‌های ورزشی مورد نیاز	R1-R4, R7, R9, R13, R25	P4, P20, P21, P23	۱۳	۲	۸۳٪	۹۶٪	۶/۵
۷	گسترش وفاق و همدلی	-	P13, P23	۱۳	۲	۸۶٪	۸۶٪	۶/۵

1. Component-based SEM Ttechnique's
2. PLS = Partial Least Squares



۸	بهبود سطح ورزش	R3, R7, R13	P3, P4, P11, P20	۱۳	۲	۸۳/۳٪	۸/۳٪	۱۰/۵
۹	افزایش کیفیت زندگی	R2, R7-R9, R19, R20, R23, R25	P3, P18	۱۳	۲	۸۳/۳٪	۸/۳٪	۱۰/۵
۱۰	کاهش اختلافات در امکانات ورزشی دانشگاه‌ها	R2, R7- R19	-	۱۳	۲	۸۳/۳٪	۸/۳٪	۱۰/۵
۱۱	افزایش دسترسی عمومی به مکان‌های ورزشی در دانشگاه‌ها	-	P1, P7, P10, P14, P21, P23	۱۳	۲	۸۳/۳٪	۸/۳٪	۱۰/۵
۱۲	مقابله با تبعیض	R2, R7-R9, R19, R20, R23, R25	P2, P4, P9, P10, P13, P14, P18	۱۳	۲	۸۳/۳٪	۸/۳٪	۱۰/۵
۱۳	مقابله با زیاده‌خواهی	R13	-	۱۳	۲	۸۳/۳٪	۸/۳٪	۱۰/۵
۱۴	رفع فقر ورزشی در دانشگاه‌ها	R3	P9	۱۲	۳	۸۰٪	۸۰٪	۱۴
۱۵	رفع کمبودهای امکان ورزشی دانشگاهی	-	P14	۱۲	۳	۸۰٪	۸۰٪	-
۱۶	افزایش مشارکت اجتماعی	R2, R7-R9, R19, R25	P1, P13, P14	۱۱	۴	۷۳/۳٪	۷/۳٪	۱۰
۱۷	توزیع عادلانه امکانات	R13, R21, R23, R24	P2, P9, P10, P13, P14	۱۱	۴	۷۳/۳٪	۷/۳٪	۱۰
۱۸	گسترش روحیه امانتداری	R25	P12	۱۱	۴	۷۳/۳٪	۷/۳٪	۱۰
۱۹	گسترش روحیه اعتماد	R13, R25	P3	۱۰	۵	۶۶/۶٪	۶/۶٪	۱۵
۲۰	گسترش روحیه غیرخواهی	R2, R7-R9, R19, R20, R23, R25	P4	۹	۶	۶۰٪	۶۰٪	-
۲۱	خدمات‌رسانی به جامعه دانشجویی	R9, R17	P11, P12, P17	۹	۶	۶۰٪	۶۰٪	-
۲۲	گسترش روحیه فداکاری	R2, R9, R19, R23, R25	P2, P10, P14	۹	۶	۶۰٪	۶۰٪	-
۲۳	افزایش بهره‌وری از منابع	R1-R6, R7, R13, R18	-	۹	۶	۶۰٪	۶۰٪	-
۲۴	گسترش روحیه همکاری و تعاون	R1-R6, R10, R13, R24	P2, P9, P10, P13, P14	۹	۶	۶۰٪	۶۰٪	-
۲۵	گسترش مالکیت‌های عمومی	-	P2, P9, P13, P14, P18	۸	۷	۵۳/۳٪	۵/۳٪	۳

۲۶	توزیع عادلانه منابع درآمدی	R ₃ , R ₇ , R ₁₃	P ₂ , P ₁₀ , P ₁₃ , P ₁₄ , P ₁₈	۸	۷	۵۳٪	۵/۳٪	۳
۲۷	گسترش رفاه عمومی (اماکن ورزشی در دانشگاه‌ها)	-	P ₁ , P ₇ , P ₁₀ , P ₁₄ , P ₂₁ , P ₂₃	۸	۷	۵۳٪	۵/۳٪	۳

جدول ۴. چالش‌های اجتماعی جذب خیران در ورزش دانشجویی کشور

ردیف	چالش حیطة اجتماعی	پژوهش‌ها	مصاحبه با افراد	گروه دلفی		درصد توافق راند اول	درصد توافق راند دوم	تعداد
				با گویه‌ها موافق هستم	با گویه‌ها موافق نیستم			
۱	کمبود الگوی مناسب در زمینه امور خیریه ورزشی	-	P ₂ , P ₁₄ , P ₁₅ , P ₁₈ , P ₂₁	۱۴	۱	۹۳٪	۹/۳٪	۱/۵
۲	کمبود تبلیغات مناسب	R ₂₁ , R ₂₄	P ₃ , P ₁₄ , P ₁₇	۱۴	۱	۹۳٪	۹/۳٪	۱/۵
۳	نبود فرهنگ‌سازی مناسب	R ₁₈	P ₂ , P ₁₆	۱۳	۲	۸۲٪	۸/۳٪	۳
۴	همراهی نکردن اعضای خانواده	R ₆ , R ₁₇ , R ₂₀	P ₁₁	۱۲	۳	۸۰٪	۸۰٪	۵/۵
۵	نبود قوانین جامع و هدفمند	R ₁₄	-	۱۲	۳	۸۰٪	۸۰٪	۵/۵
۶	کاغذبازی‌های اداری	R ₁	P ₂₅	۱۲	۳	۸۰٪	۸۰٪	۵/۵
۷	همکاری نکردن سایر ادارات	R ₁₂	P ₂₁	۱۲	۳	۸۰٪	۸۰٪	۵/۵
۸	قیمت بالای زمین	R ₄ , R ₁₃	P ₁₃	۱۱	۴	۷۳٪	۷/۳٪	۷/۵
۹	گران بودن وسایل و امکانات ورزشی	R ₉ , R ₁₀ , R ₁₁ , R ₁₃	P ₂ , P ₃ , P ₄ , P ₆ , P ₇ , P ₁₀ , P ₁₁ , P ₁₂ , P ₁₉	۱۱	۴	۷۳٪	۷/۳٪	۷/۵

مطابق جدول ۳ در حیطة اجتماعی بخش فرصت، گویه گسترش اماکن ورزشی در دانشگاه‌ها، همگانی شدن ورزش دانشجویی با ۱۰۰ درصد توافق رتبه اول را کسب کرد. همچنین در بخش



چالش گویه‌های کمبود الگوی مناسب در زمینه امور خیریه ورزشی کمبود تبلیغات مناسب با ۹۳/۳ درصد توافق به‌طور مشترک بالاترین رتبه را کسب کردند.

رتبه‌بندی ابعاد و تحلیل عاملی اکتشافی

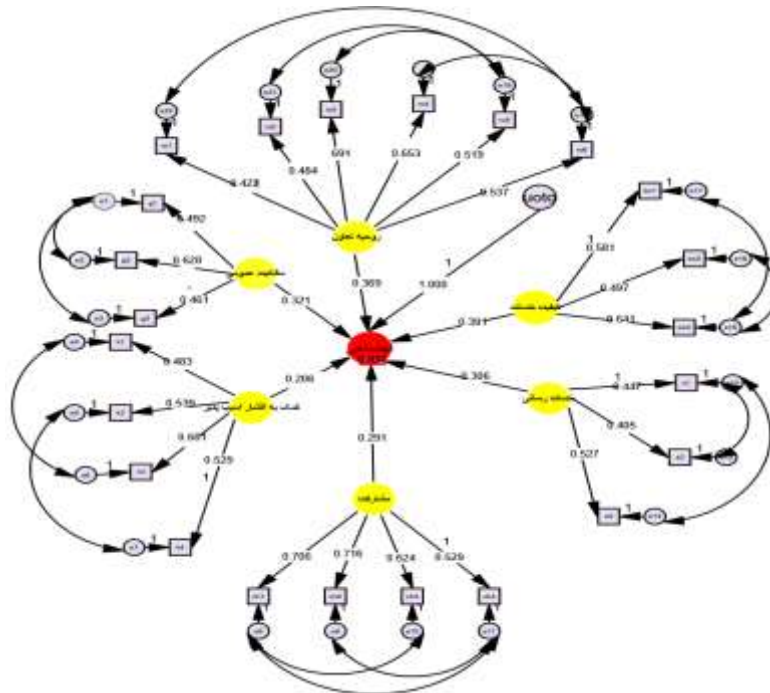
مطابق اجماع گروه دلفی در دو راند، هر گویه‌ای که درصد توافق آن زیر ۷۰ درصد بود حذف و باقی گویه‌ها براساس درصد توافق در هر حوزه‌ها رتبه‌بندی شدند. در این مرحله ۲۳ سؤال در حوزه‌های گسترش مالکیت عمومی، کمک به اقشار آسیب‌پذیر، خدمات‌رسانی به جامعه دانشجویی، افزایش کیفیت ورزش دانشجویی، افزایش مشارکت، گسترش روحیه تعاون و همکاری، طراحی و با مدل حداقل مربعات جزئی PLS محاسبه شد. جهت حصول اطمینان از هم‌بستگی در ماتریس داده‌ها، از آزمون بارتلت استفاده شده است. نتایج KMO، بارتلت و بار عاملی و رتبه سؤالات در جدول ۵ نشان داده شده است.

جدول ۵. آزمون KMO، بارتلت و بار عاملی و رتبه هر عامل

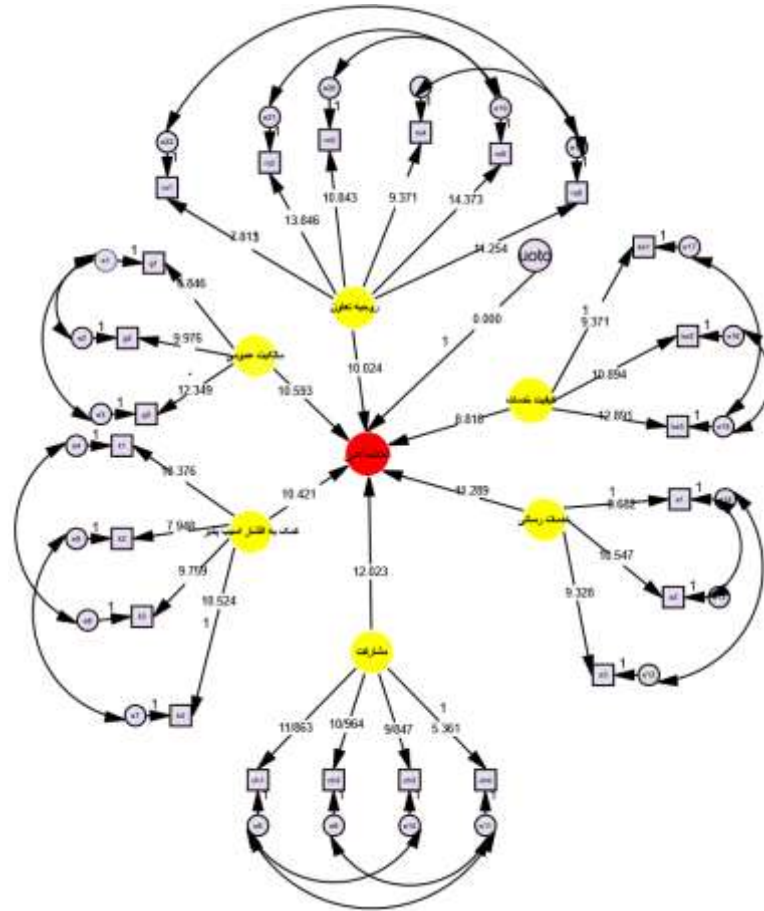
رتبه	ضریب استاندارد	بارتلت	KMO	بار عاملی	شماره سؤالات	حیطه
۱	۰/۶۲۸	۰/۰۰۱	۰/۷۹۱	۰/۵۲۹	g1	گسترش مالکیت عمومی
۲	۰/۴۹۱			۰/۵۶۱	g2	
۳	۰/۴۶۱			۰/۴۷۹	g3	
۱	۰/۶۸۱	۰/۰۰۱	۰/۸۲۷	۰/۴۸۹	k1	کمک به اقشار آسیب‌پذیر
۲	۰/۵۳۹			۰/۵۴۱	k2	
۳	۰/۵۲۹			۰/۴۹۳	k3	
۴	۴۸۳			۰/۵۸۴	k4	
۱	۰/۵۲۷	۰/۰۰۱	۰/۸۳۷	۰/۶۱۹	a1	خدمات‌رسانی به جامعه دانشجویی
۲	۰/۴۴۷			۰/۶۹۱	a2	
۳	۰/۴۰۵			۰/۵۸۲	a3	
۱	۰/۶۹۱		۰/۷۶۴	۰/۷۳۸	ke1	افزایش کیفیت ورزش دانشجویی
۲	۰/۵۸۱	۰/۰۰۱		۰/۵۹۱	ke2	
۳	۰/۴۹۱			۰/۶۹۱	ke3	
۱	۰/۷۱۶	۰/۰۰۱	۰/۸۵۹	۰/۴۶۷	ch1	افزایش مشارکت
۲	۰/۷۰۶			۰/۶۳۷	ch2	
۳	۰/۶۲۴			۰/۵۴۳	Ch3	

۴	۰/۵۲۹			۰/۷۵۹	Ch4	
۱	۰/۶۹۱	۰/۰۰۱	۰/۷۲۸	۰/۷۶۱	ro1	گسترش روحیه تعاون و همکاری
۲	۰/۶۵۳			۰/۵۶۴	ro2	
۳	۰/۵۳۷			۰/۶۹۲	ro3	
۴	۰/۵۱۹			۰/۵۱۸	ro4	
۵	۰/۴۸۴			۰/۵۲۴	ro5	
۶	۰/۴۲۲			۰/۶۵۳	ro6	

با توجه به عدد KMO و عدد معناداری آزمون بارتلت می توان گفت که داده ها برای اجرای تحلیل عاملی مناسب هستند و از شرایط مورد نیاز برای اجرای تحلیل عاملی برخوردارند.
آزمون عوامل پژوهش
 در این قسمت به بررسی آزمون عوامل پژوهش با استفاده از نرم افزار پی.ال.اس. پرداخته شد.



تصویر ۱. مدل اصلاح شده ساختاری پژوهش همراه با ضرایب استاندارد



تصویر ۲. مدل اصلاح‌شده ساختاری پژوهش همراه با ضرایب معناداری

مقدار ملاک برای مناسب بودن ضرایب استاندارد، $0/4$ است. در جدول فوق (شماره ۵) تمامی اعداد ضرایب استاندارد گویه‌های تشکیل‌دهنده مدل ساختاری اصلاح‌شده از $0/4$ بیشتر است که نشان از مناسب بودن این معیار دارد. مطابق با الگوریتم تحلیل داده‌ها در پی.ا.اس.، بعد از سنجش بارهای عاملی سؤالات، نوبت به محاسبه و گزارش ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی می‌رسد که نتایج آن در جدول ۷ آمده است. همچنین بررسی برازش مدل ساختاری در یک پژوهش ضرایب R^2 مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زای (وابسته) مدل استفاده می‌شود. R^2 معیاری است که نشان از تأثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا دارد و سه مقدار $0/19$ ، $0/33$ و $0/67$ به‌عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 در نظر گرفته می‌شود. مطابق با شکل ۱، مقدار R^2 برای سازه درون‌زای پژوهش محاسبه شده است که با توجه به سه

مقدار ملاک، می‌توان مناسب بودن برازش مدل ساختاری را تأیید ساخت. جهت بررسی برازش مدل، از برازش مدل اندازه‌گیری، برازش مدل ساختاری و برازش کلی مدل استفاده شد. به‌منظور بررسی پایایی^۱ مدل اندازه‌گیری پژوهش، به بررسی ضرایب بارهای عاملی، ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی^۲ پرداخته شد.

جدول ۶. نتایج معیار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی متغیرهای پنهان پژوهش

R ²	Communality	ضریب پایایی ترکیبی	ضریب آلفای کرونباخ	متغیرهای مکنون
۰/۰۰۱	۰/۳۴۸	۰/۸۴۶	۰/۵۷۱	گسترش مالکیت عمومی
۰/۰۰۱	۰/۵۱۹	۰/۷۶۱	۰/۵۹۱	کمک به اقشار آسیب‌پذیر
۰/۰۰۱	۰/۶۱۷	۰/۸۶۱	۰/۷۳۱	خدمات‌رسانی به جامعه دانشگاهی
۰/۰۰۱	۱/۴۲۸	۰/۸۲۷	۰/۷۱۲	افزایش کیفیت ورزش دانشجویی
۰/۰۰۱	۰/۳۵۱	۰/۸۱۶	۰/۷۳۶	افزایش مشارکت
۰/۰۰۱	۰/۴۱۷	۰/۸۹۱	۰/۶۱۸	گسترش روحیه تعاون و همکاری
۰/۷۵۱	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	اجتماعی
	۰/۸۳۷	سازه درون‌زا	سازه درون‌زا	کارکردهای اجتماعی جذب خیران در ورزش دانشجویی کشور

مطابق با یافته‌های جدول ۶، این معیارها درمورد متغیرهای مکنون (پنهان) مقدار مناسبی را اتخاذ کرده‌اند، می‌توان مناسب بودن وضعیت پایایی پژوهش را تأیید کرد. همچنین نتایج سازه درون‌زا نیز تأیید شد.

- برازش مدل ساختاری

برای بررسی برازش مدل کلی از معیار GOF استفاده می‌شود که سه مقدار ۰، ۰،۲۵ و ۰،۳۶ به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است. این معیار از طریق فرمول زیر محاسبه می‌شود:

$$GOF = \sqrt{\text{communalities} \times R^2}$$

از میانگین مقادیر اشتراکی متغیرهای پنهان پژوهش به‌دست می‌آید.

1. Reliability
2. Composite reliability



جدول ۷. نتایج برازش مدل کلی

GOF	R ²	Communality
۰/۵۴۳	۰/۷۵۱	۰/۵۲۱

با توجه به مقدار به‌دست‌آمده برای GOF به میزان ۰/۵۴۷ برازش قوی مدل کلی تأیید می‌شود.

جدول ۸. نتایج رابطه مستقیم و ضرایب معناداری عوامل مدل پژوهش

رتبه	نتیجه آزمون	معناداری (T-Value)	ضریب مسیر (β)	روابط علی بین متغیرهای پژوهش
اول	قبول	۱۲/۰۲۳	۰/۲۹۱	افزایش مشارکت ← اجتماعی
دوم	قبول	۱۱/۲۸۹	۰/۳۰۶	خدمات‌رسانی به جامعه دانشجویی ← اجتماعی
سوم	قبول	۱۰/۵۹۳	۰/۲۳۱	گسترش مالکیت عموم ← اجتماعی
چهارم	قبول	۱۰/۴۲۱	۰/۲۰۶	کمک به اقشار آسیب‌پذیر ← اجتماعی
پنجم	قبول	۱۰/۰۲۴	۰/۳۶۹	گسترش روحیه تعاون و همکاری ← اجتماعی
ششم	قبول	۸/۸۱۶	۰/۳۹۱	افزایش کیفیت ورزش دانشجویی ← اجتماعی

رتبه‌بندی عوامل پژوهش

با توجه به شکل ۱ و ۲، می‌توان گفت ضریب استاندارد شده (ضریب مسیر) بین دو متغیر (افزایش مشارکت و کارکرد اجتماعی) $\beta=0/291$ است؛ و ضریب معناداری (آماره تی) بین این دو متغیر نیز $t=12/023$ بوده (بیشتر از قدر مطلق $1/96$) که نشان می‌دهد این رابطه معنادار است و در رتبه اول قرار می‌گیرد. رابطه معناداری بین خدمات‌رسانی به جامعه دانشجویی و کارکرد اجتماعی ($t=11/289$; $\beta=0/306$) وجود دارد (رتبه دوم)؛ رابطه معناداری بین مالکیت عموم و کارکرد اجتماعی ($t=10/593$; $\beta=0/231$) وجود دارد (رتبه سوم)، رابطه معناداری بین کمک به اقشار آسیب‌پذیر و کارکرد اجتماعی ($t=10/421$; $\beta=0/206$) (رتبه چهارم)، رابطه معناداری بین گسترش روحیه تعاون و همکاری و کارکرد اجتماعی ($t=10/024$; $\beta=0/369$) وجود دارد (رتبه پنجم)؛ همچنین رابطه معناداری بین افزایش کیفیت ورزش دانشجویی و کارکرد اجتماعی ($t=8/816$; $\beta=0/391$) وجود دارد (رتبه ششم).

بحث و نتیجه‌گیری

این تحقیق با هدف شناسایی کارکردهای اجتماعی جذب خیران در ورزش دانشجویی کشور انجام

شده است. نتایج تحقیق نشان داد که در قسمت اول تحقیق با استفاده از پیشینه تحقیقات داخلی و خارجی و همچنین مصاحبه با ۲۳ نفر از استادان و نخبگان دانشگاهی و مدیران اجرایی از حوزه‌های ورزش دانشجویی، شش بُعد (گسترش مالکیت عمومی، کمک به افشار آسیب‌پذیر، خدمات‌رسانی به جامعه دانشجویی، افزایش کیفیت ورزش دانشجویی، افزایش مشارکت، گسترش روحیه تعاون و همکاری) و ۲۷ گویه جمع‌آوری و چالش‌های کارکردهای اجتماعی برای جذب خیران برای ورزش دانشجویی شناسایی و فرصت‌ها پیشنهاد شد. از جمله مهم‌ترین فرصت، گسترش اماکن ورزشی در دانشگاه‌ها، همگانی شدن ورزش دانشجویی با ۱۰۰ درصد توافق رتبه اول و همچنین در بخش چالش‌ها، کمبود الگوی مناسب در زمینه امور خیریه ورزشی و کمبود تبلیغات مناسب با ۹۳/۳ درصد توافق به‌طور مشترک بالاترین رتبه را کسب کردند. کارکردهای اجتماعی جذب خیران در ورزش دانشجویی کشور دارای حیطه گسترده‌ای از فعالیت و اقدام است تا جایی که اگر به‌درستی هدایت شود، به بسیاری از نیازها پاسخ می‌دهد و هیچ‌گاه جامعه دانشجویی با کمبودهای اماکن ورزشی روبه‌رو نخواهد شد، اما مهم این است که همه نیازها براساس اولویت در سطح افکار عمومی معرفی شود و هم ضرورت آن عینی و متناسب با عواطف و درک و توجه خیران لحاظ شود. موانع و سدهایی در راه کمک مردم - اعم از خیر بالقوه یا بالفعل - به ورزش دانشجویی وجود دارد که باید خیران را در این امر کمک کنند. همچنین، مسئولان می‌توانند با شناخت این موانع و برطرف ساختن آن‌ها مشکلی از مشکلات ورزش دانشجویی را رفع کنند. از آنجا که روند زندگی انسان با پیشرفت تکنولوژی و مدرن شدن به‌صورت غیرفعال درآمده و سطح فعالیت و تحرک انسان‌ها به‌شدت کاهش یافته است این روند اثرات زیان‌باری بر جامعه و سلامتی انسان دارد، درحالی که حرکت لازمه زندگی است و هر آنچه فاقد حرکت باشد (فاقد حیات است) و ورزش می‌تواند کمک شایانی به ایجاد و تقویت سلامت جسمی و روحی انسان کند. براساس نتایج به‌دست‌آمده یکی از عوامل مهم در جذب خیران کارکرد اجتماعی آن است. افزایش مشارکت خیران مهم‌ترین نقش را در کارکرد اجتماعی در توسعه فضاهای ورزشی دارد. گفتنی است مشارکت خیران که در این پژوهش مطرح شدند موجب گسترش اماکن ورزشی در دانشگاه‌ها، همگانی شدن ورزش دانشجویی، استحکام و توسعه ورزش دانشجویی، گسترش بهداشت و سلامت، ایجاد بستر مناسب برای فعالیت، تأمین مکان‌های ورزشی موردنیاز می‌شود. این نتایج با نتایج محققانی همچون پاناتاس و همکاران (۲۰۲۰)، فیلو و همکاران (۲۰۲۰)، رو (۲۰۱۹)، ابراهیم و همکاران (۲۰۱۷)، کشاورز و همکاران (۱۳۹۵)، گنجی و همکاران (۱۳۹۴)، صفایی پور و همکاران (۱۳۹۳) هم‌راستاست، اما با نتایج تحقیق همتی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۵) و افشاری و همکاران (۱۳۹۷) هم‌راستا نیست، زیرا مهم‌ترین عوامل در جذب خیران را



عوامل مدیریتی و سازمانی، به‌عنوان مهم‌ترین عامل جذب سرمایه برای پروژه‌های ورزشی و همچنین عوامل اجتماعی کم‌ترین اهمیت را داشتند. در پایان چنین می‌توان نتیجه‌گیری کرد که هر شش حوزه موردبررسی مرتبط با ورزش به‌طور معناداری نقش مهمی در تمایل خیران به‌سمت ورزش دارند و این مقایسه ضمن نشان دادن میزان اثر جذب‌شوندگی، این ضرورت را مشخص می‌سازد هر یک از کارکردهای اجتماعی در راستای کمک به توسعه ورزش دانشجویی می‌بایست ضمن توجه به میزان تأثیر تمامی ابعاد، برنامه‌ریزی و اقدامات عملی لازم توسط سازمان‌های ذیربط از جمله وزارت علوم، وزارت ورزش و جوانان، سازمان صدا و سیما، و سازمان اوقاف و امور خیریه مدنظر قرار گیرد. به‌نظر می‌رسد برای توجه بیشتر به این حوزه یا تعدیل موانع جهت بهره‌بردن از خیران در ورزش دانشجویی کشور جهت توسعه ورزش باید به عوامل اجتماعی توجه شود و امید است که یافته‌های این پژوهش بتواند بستری را جهت توجه بیشتر پژوهشگران حوزه مدیریت ورزشی و مدیران ورزشی وزارت علوم به این حوزه فراهم کند، چراکه این نعمت و سرمایه دینی می‌تواند پشتیبان مهمی برای فعالیت‌های ورزشی و تأمین منابع لازم برای توسعه ورزش دانشجویی در کشور باشد، نعمتی که سایر حوزه‌ها از جمله آموزش و پرورش از آن بهره‌مند شده‌اند، ولی مدیران ورزشی کم‌تر به آن توجه کرده‌اند.

References

- Ahmadian Jelodari, M., Alam, S., & Nowzari, V. (2019). Designing Strategic Plan of General Directorate of Physical Education of the Farhangian University Based on the 1404 landscape document. *Research on Educational Sport*, 7(17), 253-276. (Persian)
- Afshari, M., Fattahpur Marandi, M., Mirsafian, H., & Mohammad Hasan, F. (2018). Financial Support: An Approach to Get Fund of Sports Projects in Western Azerbaijan Province. *Sport Management Studies*, 10(47), 67-84. (Persian)
- Bottiglia, R. (2016). Competitive frontiers in P2P lending crowdfunding. In *Crowdfunding for SMEs* (pp. 61-92)
- Djaballah, M., Hautbois, C., & Desbordes, M. (2017). Sponsors' CSR strategies in sport: A sensemaking approach of corporations established in France. *Sport Management Review*, 20(2), 211-225.
- Faed, A. (2007). Strategic assessment of sport sponsorship as a marketing communication tool in electronic industries of Iran. for the degree Master thesis, Tarbiat Modares University, pp68-92
- Filo, K., Fechner, D., & Inoue, Y. (2020). Charity sport event participants and fundraising: An examination of constraints and negotiation strategies. *Sport Management Review*, 23(3), 387-400.
- Ganji, M., Niazi, M., Ehsani Rad, F. (2015). Participation in charity work and dedication, a prelude to sustainable development. *Scds*, 3(4), 25-45. (Persian)
- Heydari fard, S., & Sharifian, E. (2017). Identification and Comparison of Barriers to Donor's Contributions to Development of Sport Facility. *Sport Management Studies*, 9(41), 81-96. (Persian)
- Hino, Y., & Takeda, F. (2020). Market reactions to sport sponsorship announcements: Comparison between sponsors and their rivals. *Sport Management Review*, 23(3), 401-413.
- Hoseini, G., Hamidi, M., Tojjari, F. (2013). The Design of Student Sport Strategy of Islamic Azad University. *Journal of Sport Management*, 4(15), 15-33. (Persian)
- Ibrahim, H., & Almarshed, S. O. (2014). Sporting event as a corporate social responsibility strategy. *Procedia Economics and Finance*, 11, 3-14.
- Khadem, A. (2019). Identifying and Modeling Factors Affecting the Attraction of Charity Resources and Endowed with Women's Sports. *Strategic Studies on Youth ans Sports*, 18(43), 303-319. (Persian)
- Keshavarz, L., Hamidi, M., Goodarzi, M., & Sajjadi, S.N. (2013). Explain the model of implementing the strategies of the National Olympic Committee with the method of balanced evaluation. *Journal of Sport Management and Motor Behavior*, 9(18), 15-42. (Persian)



- Manafi, F., Ramezaninezhad, R., GoharRostami, H., & Dastoom, S. (2017). Analyzing the development trend of Iranian collegiate athletics from the first to fifth macro development programs. *Sport Management and Development*, 6(1), 67-86. (Persian)
- Niazi, Mohammad (2019). Endowment policy considerations in Iran. Research Center of the Islamic Consultative Assembly, Office of Education and Culture Studies. (Persian)
- Patatas, J. M., De Bosscher, V., Derom, I., & De Rycke, J. (2020). Managing parasport: An investigation of sport policy factors and stakeholders influencing para-athletes' career pathways. *Sport Management Review*, 23(5), 937-951.
- Rashid Lamir, A., Dehghan Ghahfarrokhi, A., & Rashid Lamir, A. (2014). The Development of the Strategic Plan of Sport and Youth Organization of Khorasan Razavi in Sport and Physical Education Section. *Journal of Sport Management*, 5(4), 179-198. (Persian)
- Rowe, K., Karg, A., & Sherry, E. (2019). Community-oriented practice: Examining corporate social responsibility and development activities in professional sport. *Sport Management Review*, 22(3), 363-378.
- Saki, F., Javeri, M. (2020). The Impression of Endowment on Urban Zone Formation and Protection and Maintenance of Historical Buildings, Case Study Aligholi Agha Complex. *Parseh J Archaeol Stud*, 4(13), 119-136. (Persian)
- Seyed Bagheri, S.M., & Sharifian, E. (2017). Identifying and prioritizing barriers to sponsorship of private companies of sport of champions. *JRSM*, 7 (13), 55-66. (Persian)
- Yaghobi, A., Pourkiani, M., Emami, F., & Alavi, S. (2021). Providing a Qualitative Model of Factors Affecting the Attraction of the Country's Student Sports Donors (Based on foundation data theorizing). *Research on Educational Sport*, 8(21), 59-84. (Persian)
- Yaghobi, A., Pourkiani, M., Emami, F., & Alavi, S. H. (2021a). Identifying Factors Affecting in Attracting Donors to the Iranian Student Sports and Developing a Model. *New Trends in Sport Management*, 9(33), 169-185. (Persian)
- Yaghobi, A., Purkiani, M., Emami, F., Alavi, S.H., & Forghani Ozroudi, M.B. (2021b). Identifying the factors and strategies for attracting benefactors in student sports. 7th National Student Conference on Sports Sciences, Shahid Beheshti University, Tehran. (Persian)
- Yaghobi, A., & Forghani Ozrudi, M. (2021). Why and How Can Donors Be Involved in the Development of Student Sports? (Executive Solutions). *Journal of New Studies in Sport Management*, 2(3), 213-223.

Identifying Social Products to Attract Donors in University Student Sport in Iran

Ali Yaghobi¹, Mohammad Bagher Forghani OZRUDI^{*2}

1. Department of physical education, Babol Noshirvani University of Technology (BUT), Babol, Iran
2. Department of physical education, Education office, Babol, Iran

Received: January 05, 2020

Accepted: February 05, 2021

Abstract

The main purpose of this study was to identify social products to attract donors to University Student Sport. The research has been applied in terms of purpose and a mixed method. The data collection method was a survey. In addition, content analysis and semi-structured interviews with experts (23 experts) were used to identify the main items of the research. In order to examine the items from the qualitative method, they commented by forming a Delphi group in two rounds (28 items). In the quantitative part, a researcher-made questionnaire ($\alpha=0.847$) on a five-point Likert scale was distributed online among a statistical sample (125 people). We used SPSS 22 and PLS 3 software to analyze the data. The results showed a significant relationship between increased participation and social functioning ($\beta=0.291;t=12.023$)(1st rank). A significant relationship exists between providing services to the student community and social functioning ($\beta=0.306;t=11.289$)(2ed rank). The significant relationship between public ownership and social functioning ($\beta=0.231;t=10.593$)(3rd place). A significant association between helping vulnerable groups and social functioning ($\beta=0.206;t=10.421$)(4th rank); the significant relationship between the development of the spirit of cooperation and cooperation and social functioning ($\beta=0.369;t=10.024$)(5th rank); also a significant relationship between increasing the quality of student sports and social functioning ($\beta=0.391;t=8.816$)(6th rank). According to the results, the capacity of waqf social functions should support developing sports activities and providing the necessary resources for student sports in the country.

Keywords: Development, Donor Attraction, Social Products, Student Sports.

* E- mail: mohammadbagher.forghani@gmail.com