

Modeling Factors Affecting the Attraction and Retention of Financial Sponsors and Benefactors in Women's Sports

Forozan Sharfi: Ph.D., Faculty of Physical Education and Sports Sciences, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. forozan.sharafi8086@gmail.com

Hassan Ghasem Alipour: Assistant Professor, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran (Corresponding author). a.alipour66@yahoo.com

Frough Fattahi Massrouf: Assistant Professor, Yadegar-e Imam Branch, Islamic Azad University, Shahre Ray, Iran. froughfattahim@yahoo.com

Tayeba Zargar: Assistant Professor, Department of Physical Education, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. t_zargar@azad.ac.ir

Abstract

The aim of the current research was to model the factors affecting the attraction and retention of financial sponsors and benefactors in women's sports. The research method is descriptive and correlational. Additionally, the current research is a quantitative study based on structural equation modeling with a partial least squares approach. The statistical population of the research included sports benefactors who are members of the Tehran Province Benefactors Association, with at least one history of activity in the field of women's sports. One hundred people were selected as the research sample through simple random sampling. Smart PLS version 3 software was utilized for data analysis. The results indicated that support and sports platforms, motivational factors, structural and organizational factors, as well as cultural and social factors, have a significant positive impact on attracting and retaining financial sponsors and benefactors in women's sports in Tehran province.

Keywords: Financial Sponsors, Benefactors of Sports, Women's Sports, Charity Association of Tehran Province.

¹ Received: 2023/08/04; Revised: 2023/08/29; Accepted: 2023/10/03; Published online:2024/03/24

Article type: Research Article

Publisher: Qom Islamic Azad University

© the authors



مدل‌سازی عوامل موثر بر جذب و حفظ حامیان مالی و خیرین ورزش‌یار در ورزش بانوان

فروزان شرفی: دکتری، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
forozaan.sharafi8086@gmail.com

حسن قاسمعلی‌پور: استادیار، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).
a.alipour66@yahoo.com

فروغ فتاحی مسرور: استادیار، واحد یادگار امام، دانشگاه آزاد اسلامی، شهر ری، ایران.
froughfattahim@yahoo.com

طیبه زرگر: استادیار، گروه تربیت بدنی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
t_zargar@azad.ac.ir

چکیده

هدف پژوهش حاضر مدل‌سازی عوامل موثر بر جذب و حفظ حامیان مالی و خیرین ورزش‌یار در ورزش بانوان بود. روش تحقیق از نوع توصیفی همبستگی است. همچنین تحقیق حاضر یک تحقیق کمی و مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش شامل خیرین ورزش‌یار عضو مجمع خیرین استان تهران که سابقه حداقل یکبار فعالیت در حوزه ورزش بانوان را دارند، بودند، که تعداد ۱۰۰ نفر به صورت تصادفی ساده، به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. از نرم‌افزار Smart pls نسخه ۳ نیز برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد. نتایج نشان داد که بسترهای حمایتی و ورزشی، عوامل انگیزشی، عوامل ساختاری و سازمانی و عوامل فرهنگی و اجتماعی بر جذب و حفظ حامیان مالی و خیرین ورزش‌یار در ورزش بانوان استان تهران، تاثیر مثبت معناداری دارد.

کلیدواژه‌ها: حامیان مالی، خیرین ورزش‌یار، ورزش بانوان، مجمع خیرین استان تهران.

^۱ نوع مقاله: مقاله پژوهشی ناشر: دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم © نویسندگان.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۵/۱۳؛ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۲/۰۶/۰۷؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۷/۲۱؛ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۳/۰۱/۰۵



مقدمه

در ۳۰ سال گذشته پیشرفت‌های سریعی در زمینه حمایت‌های مالی صورت گرفته و یکی از سریع‌ترین حوزه‌های در حال رشد بازاریابی بوده و به سرعت در حال تبدیل شدن به یکی از محبوب‌ترین روش ارتباطات بازاریابی است. رشد حمایت مالی در سطح جهانی ۴.۹ درصد بیشتر از سایر ابزارهای ارتباطی بازاریابی مانند ارتباطات و تبلیغات است و پیش‌بینی می‌شود در سال ۲۰۲۷ به ۸۹.۶ میلیارد دلار برسد (شریبودین^۱ و همکاران، ۲۰۲۲). از طرفی، یکی از پدیده‌های اجتماعی که در سال‌های اخیر رشد چشمگیری داشته و آحاد مردم را تحت تأثیر قرار داده، تربیت بدنی و ورزش است؛ از این‌رو، سرمایه‌گذاری در آن موجب کاهش هزینه‌ها در بخش‌های بهداشت، درمان و مراکز مبارزه با مفاصل اجتماعی و پایین آوردن سطح ناهنجاری‌های فردی و اجتماعی می‌شود (اصغری و صادقی، ۱۴۰۳). پس، 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، نیازمند حضور گسترده، نظام‌مند و برنامه‌ریزی شده خیرین است. در همین راستا و 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 گردد (کرمی و همکاران، ۱۴۰۱).

پژوهشگران بر این باورند که ورزش و فعالیت‌های مرتبط با آن برای جمع‌آوری اعانه و امور خیریه داوطلبانه، بسیار جذاب است و فرصتی را برای شرکت در دو امر مهم (ورزش و امور خیریه) به صورت همزمان فراهم می‌آورد. بنابراین، مشارکت جمعی برای موفقیت در صنعت ورزش و کاربرد آن امری ضروری است و امروزه ورزش از طریق به‌کارگیری ابزارهایی چون حمایت ورزشی و دانش بازاریابی صنعتی موجبات توسعه و به‌روزرسانی خود را فراهم می‌آورد (راسخ و جعفری، ۱۴۰۱). 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، کسب سود بیشتر و غیره، اهداف غیراقتصادی (حُسن نیت، نوع‌دوستی، بهبود روحیه کارمندان و غیره) را نیز دنبال می‌کنند؛ به طوری که حتی می‌توان سرمایه‌گذاری در ورزش را به عنوان یک ابزار سیاست خارجی دانست (ریچه^۲، ۲۰۱۵). گرایش به کمک کردن و یاری رساندن به دیگران یکی از جنبه‌های بالندگی شخصیت انسان و رشد جنبه‌های معنوی و روحی اوست. نیکوکاری و حمایت از هم‌نوع به ارزش‌های والایی برمی‌گردد که هر انسانی برای تجلّی خصایل ارزشی وجود خود و پاسخ به نیازهای معنوی‌اش، به انجام آن مبادرت می‌ورزد. مشارکت اکثریت مردم در امور اجتماعی و خیریه موجب تعالی جامعه و رشد فضایل اخلاقی در افراد آن جامعه خواهد شد (نادری و همکاران، ۱۳۹۵). یک سوال اساسی در مطالعه رفتار اخلاقی این است که چرا مردم در خدمت رفاه بشری عمل می‌کنند. یکی از رویکردهای مهم برای پاسخ به این پرسش، ارزیابی وفاداری خیرین است. با این حال، ثابت شده که استدلال اخلاقی در چارچوب آن اهمیت دارد. اخیراً، روانشناسی اخلاقی، علاوه بر استدلال اخلاقی، بر روی تأثیرات دیگر تمرکز کرده است (آکوینو و رد^۳، ۲۰۰۲). هر فرد توانایی شناسایی بسیاری از متغیرها را به کمک دیگران دارد، اما تنها ویژگی‌های مشترک، بلکه تمام ویژگی‌های اخلاقی او با سایر افراد قابل مقایسه است. این متغیرها (ویژگی‌های اخلاقی) ممکن است به هویت اجتماعی مرتبه بالا و مرتبط با گروه‌های حرفه‌ای، سیاسی، مذهبی یا قومی خلاصه شوند. خیرین با همکاری و تعامل با یکدیگر، هویت‌های اجتماعی بسیاری که مردم در جامعه ایجاد می‌کنند، ساختار اجتماعی خود را تشکیل می‌دهند و به عنوان یک ساختار سازمان‌یافته و منحصر به فرد در حافظه تعریف می‌شوند که ارتباطات اجتماعی را با سایر گروه‌ها (پیوند) برقرار

1. Sharipudin

2. Reiche

3. Aquino & Reed

می‌سازد. برخورد اجتماعی در چارچوب اخلاق و حمایت از کارهای خیریه، هویت‌های اجتماعی را سازماندهی می‌کند (بنیت و گابریل^۱، ۱۹۹۹). ترویج فرهنگ وقف و گسترش موقوفات که نیازمند مشارکت وسیع اجتماعی افراد است، بر بستر «آگاهی» شکل می‌گیرد. بنابراین، گسترش فعالیت‌های اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی در عرصه وقف، از ضروری‌ترین اموری است که باید مدنظر متولیان امر قرار گیرد. افزایش آگاهی مردم از اهمیت وقف و تأثیر آن در رفع نیازهای اجتماعی و همچنین پاداش‌های معنوی مترتب بر این اقدام پسندیده، در جلب مشارکت آنان در این عرصه تأثیر بسزایی دارد. نکته مهمی که در این زمینه حائز اهمیت است اینکه، اقدامات فرهنگی نیاز به زمان و استمرار دارند. بنابراین، هر حرکتی در این راستا باید با دقت، برنامه‌ریزی و استمرار همراه باشد، تا به نتیجه مطلوب و موردنظر منتهی گردد. از طرفی، با توجه به وضعیت نابسامان اقتصاد کشور، تأمین منابع مالی در بخش ورزش تنها با اکتفاء به بودجه و قراردادهای حمایت مالی میسر نمی‌شود (تسلیمی، ۱۳۹۵). فیلو^۲ و همکاران (۲۰۲۰) ادعا کردند که تأثیرات اجتماعی ناشی از رویدادهای ورزشی که با حمایت خیران و امور خیریه پدید آمده‌اند، می‌تواند توسعه سرمایه اجتماعی، افزایش هویت، غرور جمعی و در نهایت ارتقای ورزش، سلامت و رفاه را به ارمغان آورد و این در صورتی است که گاهی ورزشکاران و افراد حاضر در فعالیت‌های ورزشی که با حمایت خیران مطرح شده‌اند، هیچ‌گونه توجهی به نیت بانیان و واقفان آن ندارند و تمرکز اصلی آنها فقط بر کیفیت ورزشی خود است.

پژوهشگران بر این باور هستند که ورزش و فعالیت‌های مرتبط با آن برای جمع‌آوری اعانه و امور خیریه داوطلبانه، بسیار جذاب می‌باشد؛ زیرا، فرصتی را برای شرکت در دو امر مهم (ورزش و امور خیریه) به صورت همزمان فراهم می‌آورد (وود و همکاران^۳، ۲۰۱۰). در بیشتر کشورهای پژوهش‌هایی پیرامون جذب و جلب مشارکت‌های مردم صورت گرفته است و کشورهایی مانند آلمان، استرالیا، اسپانیا، انگلستان و غیره، راهکارهایی قانونی را برای این امر پیش‌بینی نموده‌اند؛ اما در ایران مردم همواره به صورت خودجوش و غیررسمی با عنوان‌هایی چون وقف و امور خیریه به این مهم پرداخته‌اند. در این ارتباط، کمک‌های خیریه، تهیه‌کننده بخش قابل توجهی از بودجه آموزش عالی است. بخش ورزشی دانشکده‌ها (در خارج از کشور) تکیه و تأکید زیادی بر کمک‌های خیریه برای جبران رشد مداوم هزینه‌ها دارد.

در سال‌های اخیر، خیرین توجه بسیاری به سازمان‌های ورزشی داشته‌اند. در این راستا، باید توجه داشت که چه امری باعث حفظ و افزایش حمایت خیرین و افزایش مشارکت آنها می‌شود. در این ارتباط، سارجنت^۴ (۲۰۰۸) به سه عامل برای نگهداری خیرین در مشارکت با سازمان‌ها اشاره می‌کند که عبارتند از: تفاهم، کیفیت بازخورد و اثربخشی. افزون بر این، یکی از پدیده‌هایی که می‌تواند منجر به ارتقای عدالت اجتماعی، توسعه رفاه و مهم‌تر از همه، اشتغال‌زایی در کشورها شود، ورزش و توسعه آن است که به عقیده پژوهشگران، در حال حاضر، گردش مالی صنعت ورزش جهان با رشد فوق‌العاده‌ای در طول یک دهه و اشتغال هزاران نفر به صورت مستقیم و غیرمستقیم، به یکی از صنایع برتر تبدیل شده است (وستربیک و شیلبری^۵، ۲۰۰۳). از این‌رو، سرمایه‌گذاری در آن موجب کاهش هزینه‌ها در بخش‌های بهداشت، درمان و مراکز مبارزه با مفاصل اجتماعی و پایین آوردن سطح ناهنجاری‌های فردی و اجتماعی می‌شود. حوزه ورزش و احداث فضاهای ورزشی نیازمند ورود خیرین و کمک آنها به دولت می‌باشد و هدایت جوانان به عرصه‌های ورزشی منج به توسعه پایدار و تأمین سلامت و آرامش جامعه خواهد شد؛ به همین دلیل، ورزش نزد معتمدین و خیرین ورزشی از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. از این‌رو، گسترش کمی و کیفی فرهنگ خیریه ورزشی و فرهنگ‌سازی برای مشارکت گسترده مردم در تأمین نیازهای ورزشی در ابعاد مختلف را طلب می‌نماید. امروزه، اساس پیشرفت و توسعه، تفکر گروهی است که جز

1. Bennett & Gabriel

2. Filo

3. Wood

4. Sargeant

5. Westerbeek & Shilbury

با مشارکت همگانی و آحاد مردم تحقق نمی‌یابد. از این رو، با توجه به مشکلات بیان شده، پژوهش حاضر درصدد پاسخ به این سوال است که عوامل موثر بر جذب و حفظ حامیان مالی و خیرین ورزش‌یار در ورزش بانوان کدامند؟

روش تحقیق

پژوهش حاضر توصیفی از نوع همبستگی و مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری بوده و از لحاظ هدف نیز جزء تحقیقات کاربردی محسوب می‌شود. جامعه آماری این تحقیق شامل خیرین ورزش‌یار عضو مجمع خیرین استان تهران که سابقه حداقل یک‌بار فعالیت خیری در ورزش را دارند، براساس آمار و اطلاعات دفتر مدیریت توسعه وزارت ورزش و جوانان، بوده که تعداد ۱۰۰ نفر به صورت تصادفی سیستماتیک به عنوان نمونه پژوهش در نظر گرفته شد. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق‌ساخته که شامل ۶۲ گویه و ۴ مولفه بسترهای حمایتی و ورزشی، جذب و حفظ حامیان مالی و خیرین ورزش‌یار، عوامل انگیزشی، عوامل ساختاری و سازمانی و عوامل فرهنگی و اجتماعی بود، پس از تایید روایی و پایایی آن (جدول ۳) استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌های توصیفی از روش آماری توصیفی استفاده شد و از این طریق فراوانی و درصد، محاسبه گردید. جهت تعیین طبیعی بودن توزیع داده‌ها از شاخص چولگی و کشیدگی و مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار اس.پی.اس.اس. و اسمارت پی. ال.اس. نسخه ۳ استفاده گردید.

یافته‌های پژوهش

جدول (۱)، آمار جمعیت‌شناختی مربوط به نمونه‌های تحقیق را نشان می‌دهد. از نظر وضعیت سنی بیشترین فراوانی به تعداد ۳۵ نفر به دامنه سنی ۵۱ تا ۶۰ سال (حدود ۳۹ درصد) و کمترین فراوانی به تعداد ۱۱ نفر ۴۰ سال و کمتر (حدود ۱۲) تعلق داشت. از لحاظ وضعیت تحصیلی، بیشترین فراوانی به تعداد ۳۱ نفر کارشناسی (حدود ۳۴ درصد) و کمترین فراوانی به تعداد ۱۱ نفر دارای مدرک دیپلم (حدود ۱۲ درصد) بودند. همچنین ۳۲/۲ درصد از نمونه زن و ۶۷/۸ درصد مرد بودند.

جدول ۱- توصیف جمعیت‌شناختی نمونه‌های تحقیق

درصد	فراوانی	دامنه	
۱۲/۲	۱۱	زیر ۴۰ سال	سن
۳۲/۲	۲۹	۴۱ تا ۵۰ سال	
۳۸/۹	۳۵	۵۱ تا ۶۰ سال	
۱۶/۷	۱۵	بالای ۶۰ سال	
۱۲/۲	۱۱	دیپلم	تحصیلات
۷/۸	۷	کاردانی	
۳۴/۴	۳۱	کارشناسی	
۲۶/۷	۲۴	کارشناسی ارشد	
۱۸/۹	۱۷	دکتری	جنسیت
۳۲/۲	۲۹	زن	
۶۷/۸	۶۱	مرد	

در ادامه برای تعیین آزمون‌های پارامتریک و غیرپارامتریک، نرمال بودن داده‌ها مورد بررسی قرار گرفت. با توجه به نتایج جدول (۲) آزمون کولموگروف اسمیرنوف حاکی از غیرنرمال بودن توزیع داده‌های متغیرهای تحقیق می‌باشد. لذا، برای بررسی فرضیه‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی^۱ استفاده شد.

جدول ۲- نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنوف

شاخص	Z	سطح معناداری	توزیع داده‌ها
بسترهای حمایتی و ورزشی	۰/۲۷۲	۰/۰۰۱	غیرنرمال
عوامل ساختاری و سازمانی	۰/۲۵۶	۰/۰۰۱	غیرنرمال
عوامل فرهنگی و اجتماعی	۰/۲۷۴	۰/۰۰۱	غیرنرمال
عوامل انگیزشی	۰/۲۶۰	۰/۰۰۱	غیرنرمال

در ادامه روایی سازه پرسشنامه مورد بررسی قرار گرفت. فورنل و لارکر (۱۹۸۱) ملاک واریانس مستخرج از سازه‌ها (AVE) را ۰/۵۰ و مگنر و همکاران (۱۹۹۶) این ملاک را بالای ۰/۴۰ در نظر می‌گیرند. بر این اساس، طبق جدول (۳) مولفه‌های پرسشنامه تحقیق به ترتیب دارای واریانس ۰/۷۶، ۰/۶۰، ۰/۸۱، ۰/۷۵، ۰/۸۲ و از وضعیت مطلوبی برخوردار است. همچنین، پایایی ترکیبی (ضریب دیلون - گلدشتاین) نیز به ترتیب ۰/۸۶، ۰/۹۳، ۰/۸۹، ۰/۹۰ و ۰/۹۰ به دست آمد که از ملاک ۰/۷۰ بالاتر می‌باشد، و نشان‌دهنده قابل قبول بودن آن است. همچنین، پایایی پرسشنامه‌ها نیز به ترتیب ۰/۷۸، ۰/۹۱، ۰/۷۷، ۰/۸۳ و ۰/۷۸ به دست آمد که حاکی از مطلوب بودن آنها می‌باشد.

جدول ۳- وضعیت روایی همگرا و پایایی پرسشنامه‌ها

سازه‌ها	آلفای کرونباخ	rho_A	پایایی ترکیبی	میانگین واریانس مستخرج (AVE)
بسترهای حمایتی و ورزشی	۰/۷۸	۰/۷۸	۰/۸۶	۰/۷۶
جذب و حفظ حامیان مالی و خیرین ورزش‌یار	۰/۹۱	۰/۹۲	۰/۹۳	۰/۶۰
عوامل انگیزشی	۰/۷۷	۰/۸۱	۰/۸۹	۰/۸۱
عوامل ساختاری و سازمانی	۰/۸۳	۰/۸۴	۰/۹۰	۰/۷۵
عوامل فرهنگی و اجتماعی	۰/۷۸	۰/۷۸	۰/۹۰	۰/۸۲

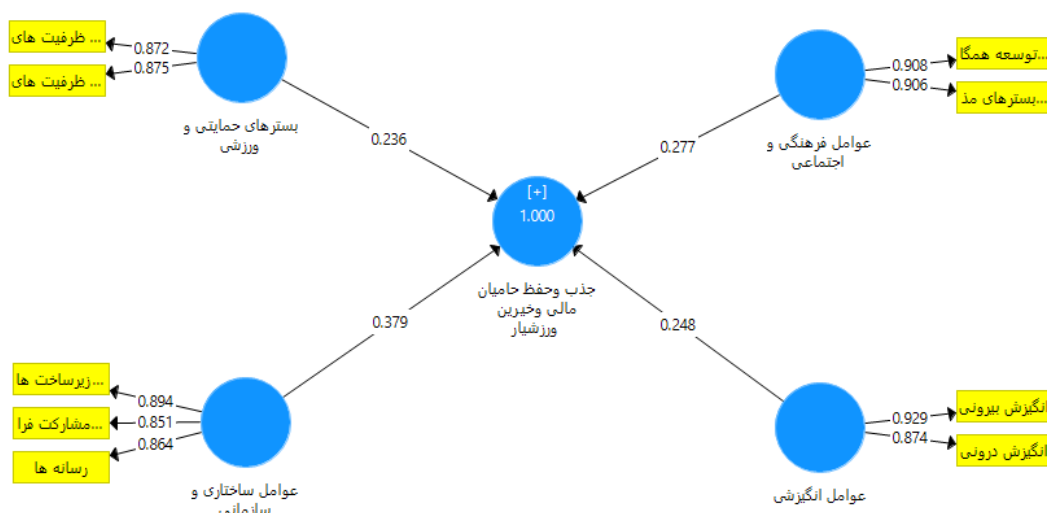
در این تحقیق از معیار فورنل و لاکر برای بررسی روایی و اگر استفاده شد (جدول ۴). اعداد قطر جدول (۴) جذر واریانس هر سازه هستند. فورنل و لارکر (۱۹۸۱) اذعان دارند که اگر جذر واریانس مستخرج از هر سازه از مقدار رابطه هر سازه با سازه دیگر بیشتر باشد، روایی و اگر ای مدل مورد تایید است. با توجه به جذر واریانس‌های به دست آمده برای هر سازه، می‌توان گفت که از تمامی روابط موجود بزرگ‌تر بوده و بنابراین روایی و اگر ای پرسشنامه‌ها مورد تایید است.

^۱ . Partial Least Squares (PLS)

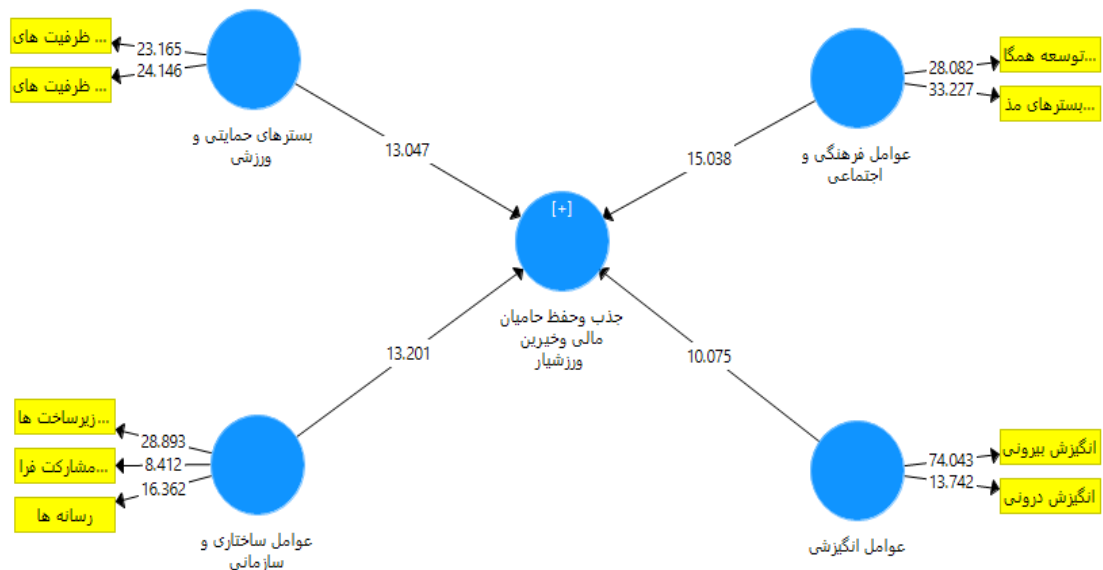
جدول ۴ - معیار فورنل و لاکر

سازه‌ها	بسترهای حمایتی و ورزشی	جذب و حفظ حامیان مالی و خیرین ورزش‌یار	عوامل انگیزشی	عوامل ساختاری و سازمانی	عوامل فرهنگی و اجتماعی
بسترهای حمایتی و ورزشی	۰/۸۷۳				
جذب و حفظ حامیان مالی و خیرین ورزش‌یار	۰/۷۳۸	۰/۷۷۶			
عوامل انگیزشی	۰/۶۴۶	۰/۷۳۴	۰/۶۰۲		
عوامل ساختاری و سازمانی	۰/۶۷۰	۰/۷۰۵	۰/۶۱۵	۰/۸۷۰	
عوامل فرهنگی و اجتماعی	۰/۶۷۸	۰/۷۱۲	۰/۷۲۶	۰/۷۸۰	۰/۹۰۷

شکل (۱ و ۲) الگوی عوامل موثر بر جذب و حفظ حامیان مالی و خیرین ورزش‌یار در ورزش بانوان را در دو حالت معناداری و استاندارد شده نشان می‌دهد.



شکل ۱- مدل حالت تخمین ضرایب استاندارد



شکل ۲- مدل برآورد آماری تی و معناداری

برای بررسی برازش مدل از شاخص GOF استفاده شد. برای بدست آوردن برازش مدل در ابتدا باید مقدار اشتراکی متغیر وابسته (جذب و حفظ خیرین ورزشیاری) را (۰/۶۰۲) و سپس مقدار ضریب تعیین متغیر وابسته (جذب و حفظ خیرین ورزشیاری) (۱/۰۰) را در نظر گرفت و سپس این مقادیر را در فرمول زیر گذاشت.

$$GOF = \sqrt{\text{Communality} \times R\text{square}}$$

$$GOF = \sqrt{0.602 \times 1.00} =$$

$$GOF = \sqrt{0.602}$$

$$GOF = 0.775$$

در نتیجه مقدار شاخص GOF برابر است با ۰/۷۷۵ که این عدد با توجه به سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵، و ۰/۴۱ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF ، حاکی از برازش کلی قوی می‌باشد. نتایج جدول (۵) وزن‌های رگرسیونی استاندارد شده مدل را نشان می‌دهد. با توجه به ضریب رگرسیونی ۰/۲۳ و نسبت بحرانی ۱۳/۰۴ که خارج از بازه $\pm 1/96$ قرار دارد (براساس قاعده خطای ۵ درصد در ناحیه رد فرض صفر برای مقادیر خارج از بازه $1/96$ تا $-1/96$ هر پارامتر مدل)، و نیز سطح معناداری کوچک‌تر از ۰/۰۵ می‌توان گفت که بسترهای حمایتی و ورزشی بر جذب و حفظ حامیان مالی و خیرین ورزشیاری در ورزش بانوان تاثیر مثبت معناداری دارد. همچنین، با توجه به ضریب رگرسیونی ۰/۲۴ و نسبت بحرانی ۱۰/۰۵ که خارج از بازه $\pm 1/96$ قرار دارد (براساس قاعده خطای ۵ درصد در ناحیه رد فرض صفر برای مقادیر خارج از بازه $1/96$ تا $-1/96$ هر پارامتر مدل)، و نیز سطح معناداری کوچک‌تر از ۰/۰۵ می‌توان گفت که عوامل انگیزشی بر جذب و حفظ حامیان مالی و خیرین ورزشیاری در ورزش بانوان تاثیر مثبت معنادار دارد. علاوه بر این، با توجه به ضریب رگرسیونی ۰/۳۷ و نسبت بحرانی ۱۳/۲۰ که خارج از بازه $\pm 1/96$ قرار دارد (براساس قاعده خطای ۵ درصد در ناحیه رد فرض صفر برای مقادیر خارج از بازه $1/96$ تا $-1/96$ هر پارامتر مدل)، و نیز سطح معناداری کوچک‌تر از ۰/۰۵ می‌توان گفت که عوامل ساختاری و سازمانی بر جذب و حفظ حامیان مالی و خیرین ورزشیاری در ورزش بانوان، تاثیر مثبت معناداری دارد. با توجه به ضریب رگرسیونی ۰/۲۷ و نسبت بحرانی ۱۵/۰۳ که خارج از بازه $\pm 1/96$ قرار دارد (براساس قاعده خطای ۵ درصد در ناحیه رد فرض صفر برای مقادیر خارج از بازه $1/96$ تا $-1/96$ هر پارامتر مدل)، و نیز سطح معناداری کوچک‌تر از ۰/۰۵ می‌توان گفت که عوامل فرهنگی و اجتماعی بر جذب و حفظ حامیان مالی و خیرین ورزشیاری در ورزش بانوان تاثیر مثبت معنادار دارد.

جدول ۵- ضرایب رگرسیونی

سطح معناداری	آماره T	بتا	
۰/۰۰۱	۱۳/۰۴۷	۰/۲۳۶	بسترهای حمایتی و ورزشی - جذب و حفظ حامیان مالی و خیرین ورزش‌یار
۰/۰۰۱	۱۰/۰۷۵	۰/۲۴۸	عوامل انگیزشی - جذب و حفظ حامیان مالی و خیرین ورزش‌یار
۰/۰۰۱	۱۳/۲۰۱	۰/۳۷۹	عوامل ساختاری و سازمانی - جذب و حفظ حامیان مالی و خیرین ورزش‌یار
۰/۰۰۱	۱۵/۰۳۸	۰/۲۷۷	عوامل فرهنگی و اجتماعی - جذب و حفظ حامیان مالی و خیرین ورزش‌یار

نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر مدل‌سازی عوامل موثر بر جذب و حفظ حامیان مالی و خیرین ورزش‌یار در ورزش بانوان بود. یافته‌های پژوهش نشان داد که بسترهای حمایتی و ورزشی جذب و حفظ حامیان مالی و خیرین ورزش‌یار در ورزش بانوان موثر است. بسترهای حمایتی و ورزشی در واقع بدان مفهوم است که متولیان امر ورزش بانوان از طریق ایجاد جایگاه مطلوب برای امور مربوط به موقوفات در ورزش بانوان و همچنین نهادینه ساختن فرهنگ نیکوکاری در جامعه می‌توانند این بسترها را فراهم سازند. افزون بر این، متقاعد کردن مسئولین سازمان‌های فعال در حوزه کارهای خیریه و همچنین برطرف ساختن موانع حضور خیرین در عرصه ورزش و یا به عبارت دیگر عدم ایجاد موانع برای حضور آن‌ها در ورزش و تشکیل سازمان‌های مردم‌نهاد و مستقل برای خیرین ورزشی، و ایجاد اعتماد در بین خیرین جهت ترغیب آن‌ها برای حضور فعال در ورزش بانوان می‌تواند این بسترها را برای ورود خیرین ورزش‌یار به ورزش بانوان فراهم کند. از سوی دیگر، ورزش بانوان به دلیل نوپا بودن فعالیت آن در بخش لیگ‌های ورزشی و حرفه‌ای در ایران، نیازمند انعکاس ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل آن است، تا از این طریق اطلاعات خیرین و آگاهی آن‌ها نسبت به پتانسیل‌ها افزایش پیدا کند. در این راستا، سیدی (۱۳۹۷) تسهیل‌گری را یکی از عوامل موثر بر همکاری نهادهای دولتی برای جذب مشارکت‌های مردمی گزارش کرده است. یافته‌های پژوهش حاضر در این بخش با نتایج تحقیق سیدی (۱۳۹۷) همسو است. همچنین نتایج نشان داد که عوامل ساختاری و سازمانی جذب و حفظ حامیان مالی و خیرین ورزش‌یار، در ورزش بانوان موثر است. یکی از مهم‌ترین عوامل در نیامندی و لزوم ورود خیرین ورزش‌یار به ورزش بانوان، زیرساخت‌های ورزشی و نیاز به توسعه آن در ورزش بانوان است که این سازه از دیدگاه شرکت‌کنندگان می‌تواند از آگاهی خیرین از وضعیت سخت‌افزاری ورزشی بانوان به ویژه در مناطق محروم میسر شود. همچنین تشویق خیرین برای تأسیس تولیدی‌های ورزشی تخصصی تجهیزات و البسه ورزش بانوان به عنوان یکی از مهم‌ترین اقدامات حمایتی در حوزه ساختاری است که می‌تواند حضور در ورزش و فعالیت در ورزش حرفه‌ای را برای بانوان ارزان‌تر سازد. علاوه بر این، از دیدگاه شرکت‌کنندگان در این تحقیق، ساخت و توسعه فیزیکی سالن‌ها و اماکن ورزشی تخصصی بانوان و نیاز مبرم به چنین ساخت‌وسازهایی می‌تواند یکی از مهم‌ترین دلایل جذب و حفظ حامیان مالی و خیرین ورزش‌یار در ورزش بانوان باشد. از طرف دیگر، سازمان‌های ورزشی و باشگاه‌های ورزشی به منظور توسعه ورزش بانوان و جذب هرچه بیشتر خیرین حقیقی و حقوقی به ورزش، نیازمند مشارکت‌های فراسازمانی هستند.

به منظور برطرف ساختن برخی از موانع همکاری سازمان‌های مختلف برای ممانعت از دخالت نامتعارف دولت و برخی نهادها در امور حمایت خیرین، ایجاد هم‌افزایی میان انجمن‌ها و بنیادهای خیریه و حمایتی و پذیرش خیرین می‌تواند از راهکارهای موثر در جذب هرچه بیشتر خیرین به ورزش بانوان باشد. علاوه بر این، همکاری سازمان‌های مختلف و در رأس آن سازمان اوقاف و بنیادهای خیریه در راستای نظام‌مندسازی کمک‌ها و فعالیت‌های خیرین می‌تواند در ایجاد هم‌افزایی بسیار موثر واقع شود. نتایج دیگر این تحقیق نشان داد که عوامل فرهنگی و اجتماعی بر جذب و حفظ حامیان مالی و خیرین ورزش‌یار در ورزش بانوان موثر است. یکی از اصلی‌ترین و اساسی‌ترین دلایل جذب خیرین ورزش‌یار به ورزش بانوان، توسعه ورزش همگانی در حوزه بانوان است. این امر به این دلیل اهمیت دارد که حضور در ورزش برای بانوان از یک سو می‌تواند تضمین‌کننده سلامت قشر مهمی از جامعه باشد و از سوی دیگر می‌تواند فعالیت‌ها و مشارکت‌های اجتماعی بانوان را در جامعه افزایش دهد و این امر یکی از مهم‌ترین اهداف توسعه ورزش در یک جامعه است. بنابراین، وقتی در بین خیرین ورزش‌یار این نگرش ایجاد شود که تندرستی و سلامت بانوان مسئله‌ای اساسی و مهم است و خیرین ورزش‌یار درصدد ایجاد و القای امید در بین بانوان باشند، می‌توانند جذب ورزش بانوان شود. افزون بر این، محیط ورزش به دلیل گستردگی آن می‌تواند بسترهای مناسبی برای فعالیت‌های مذهبی و اجتماعی فراهم سازد که این امر از دیدگاه شرکت‌کنندگان در این تحقیق از طریق عوامل نظیر شعارها و ارزش‌های فرهنگی در حوزه ورزش، نقش تربیتی و پرورشی ورزش، اجر اخروی، حضور و فعالیت روحانیون و معتمدین در ورزش می‌تواند این امر را تسریع سازد. در این راستا، افروزه و همکاران (۱۳۹۶) عوامل فرهنگی و اجتماعی را به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل جذب خیرین ورزشی گزارش کردند. یافته‌های پژوهش حاضر با نتایج تحقیق افروزه و همکاران (۱۳۹۶) همسو است. عوامل انگیزشی بر جذب و حفظ حامیان مالی و خیرین ورزش‌یار در ورزش بانوان موثر است. این یافته بدان مفهوم است که برخی پیشران‌های درونی و بیرونی رفتار فرد می‌تواند بر جذب خیرین به ورزش بانوان موثر باشد. به عبارت دیگر، عوامل انگیزش درونی فرد می‌تواند از طریق اعتقاد داشتن به موثر بودن فعالیت‌های خیرخواهانه آن‌ها در ورزش، برای رفع مشکلات آن‌ها، لذت درونی از امور خیریه در ورزش بانوان و نیز احساس رضایتمندی از انجام این امور، منجر به جذب درونی فرد نسبت به فعالیت‌های خیرخواهانه در ورزش شود. افزون بر این، متقاعد کردن خیرین از طریق همکاری برخی از ورزشکاران مشهور و دارای جایگاه اجتماعی، ایجاد وجهه مطلوب در جامعه برای آن‌ها، فراهم ساختن برخی زمینه‌ها برای درآمدزایی آن‌ها و ایجاد شرایط برد برای آن‌ها، بسترسازی برخی شرایط برای ایجاد جذابیت برای ورود به عرصه ورزش بانوان می‌تواند از مهم‌ترین اقدامات برای ایجاد انگیزه در خیرین ورزش‌یار باشد. افروزه و همکاران (۱۳۹۶)، عوامل انگیزشی را از عوامل موثر بر جذب خیرین گزارش کردند. بنابراین، یافته‌های پژوهش حاضر با نتایج تحقیق افروزه و همکاران (۱۳۹۶)، همسو است. با توجه به نقش بسترهای حمایتی و ورزشی بر جذب و حفظ حامیان مالی و خیرین ورزش‌یار در ورزش بانوان، پیشنهاد می‌شود مکانیسم‌های ورود خیرین ورزش‌یار به ورزش به صورت یک آئین‌نامه برای ادارات کل ورزش و جوانان کشور ابلاغ شود. همچنین، با توجه به نقش عوامل ساختاری و سازمانی بر جذب و حفظ حامیان مالی و خیرین ورزش‌یار در ورزش بانوان، پیشنهاد می‌شود کارگروه‌های تخصصی برای جذب فعالیت تخصصی خیرین در رشته‌های مختلف ورزشی شکل بگیرد. علاوه بر این، با توجه به نقش عوامل فرهنگی و اجتماعی بر جذب و حفظ حامیان مالی و خیرین ورزش‌یار در ورزش بانوان، پیشنهاد می‌شود مدیران ارشد ورزش کشور با همکاری صدا و سیما، برنامه‌های تخصصی با دعوت از خیرین ورزش‌یار جهت نهادینه ساختن فرهنگ خیرخواهانه بسازند. افزون بر این، با توجه به نقش عوامل انگیزشی بر جذب و حفظ حامیان مالی و خیرین ورزش‌یار در ورزش بانوان، پیشنهاد می‌شود مبلغین دینی و به طور ویژه سازمان اوقاف و امور خیریه به طور سالیانه از خیرین ورزش‌یار در حوزه بانوان، همایش‌هایی برگزار و از خیرین فعال تقدیر کنند. به محققین آتی پیشنهاد می‌شود در پژوهشی دیگر موانع حضور خیرین در ورزش بانوان را بررسی کرده و پارادایم کیفی آن ارائه شود. همچنین، راهکارهای جذب هرچه بیشتر خیرین با تاکید بر اسناد بالادستی بررسی شود.

منابع

- افروزه، محمدصادق؛ افروزه، حکیمه؛ کاملی، فاطمه (۱۳۹۶). شناسایی عوامل مؤثر بر جذب خیران و واقفان در ورزش. *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۹(۴۶)، ص ۱۵۷-۱۷۴. doi:10.22089/smrj.2017.4484.1865.
- اصغری، زهرا؛ صادقی، محسن (۱۴۰۳). ارائه مدل تاثیر مدیریت دانش و مدیریت استعداد بر عملکرد مربیان فوتبال استان آذربایجان غربی. *مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش*، ۱۱(۱)، ص ۱۰۳-۱۱۶. doi:10.30473/fmss.2024.69659.2565
- راسخ، نازنین؛ جعفری، سعید (۱۴۰۱). شناسایی ظرفیت‌ها و چالش‌های جذب و حفظ خیرین ورزش‌یار و حامیان مالی در حوزه ورزش زنان. در: تهران: چهارمین همایش ملی خیر ماندگار.
- تسلیمی، زهرا (۱۳۹۵). طراحی چارچوب تأمین مالی در فدراسیون‌های ورزشی. پایان‌نامه. دانشگاه گیلان.
- سیدی، سید حسین (۱۳۹۷). طراحی مدل همکاری نهادهای دولتی برای جذب مشارکت‌های مردمی. در: مجموعه مقالات دومین همایش ملی خیرمندانگار، مطالعه و ارزیابی امور خیر با تمرکز بر چالش‌های نیکوکاری در ایران امروز، بنیاد خیریه راهبری آلاء، ص ۱۰-۱۱.
- کرمی، صادق؛ فردوسی، محمدحسن؛ اسمعیلی، محسن؛ دهبیدی، وحید رفیعی (۱۴۰۱). طراحی الگوی پارادایمی جذب خیرین در توسعه ورزش. *رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی*، ۱۰(۳۶)، ص ۱۱۳-۱۳۲.
- نادری، مریم؛ خدابنده، صدیقه (۱۳۹۵). بررسی مفهوم امور خیر در کتاب‌های درسی مطالعات اجتماعی دوره ابتدایی در سال تحصیلی ۱۳۹۵-۹۶. در: تهران: اولین همایش ملی خیر ماندگار.
- Aquino, K. & Reed, A. (2002). The self-importance of moral identity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(6), p. 1423–1440. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.83.6.1423>
- Bennett, R. & Gabriel, H. (1999). Organisational factors and knowledge management within large marketing departments: an empirical study. *Journal of Knowledge Management*, 3(3), p. 212-225. <https://doi.org/10.1108/13673279910288707>
- 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), p. 387-400.
- Reiche, D. (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), p. 489-504. <https://doi.org/10.1080/19406940.2014.966135>
- Sargeant, A. (2008). *Marketing for nonprofit organizations*. In: The marketing book (pp. 564-588). Routledge.
- Sharipudin, M.S. & et al. (2022). The Role of Media in Sponsorship Decision Making During Covid-19: A Malaysian Perspective. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 38(2), p.182-197. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2022-3802-11>
- Westerbeek, H.M. & Shilbury, D. (2003). A conceptual model for sport services marketing research: Integrating quality, value and satisfaction. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 5(1), p. 3-23.
- Wood, L., Snelgrove, R. & Danylchuk, K. (2010). Segmenting volunteer fundraisers at a charity sport event. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 22(1), p. 38-54.