

طراحی مدل جامع جذب خیرین در ورزش با رویکرد نظریه داده بنیاد

سارا امیری پریان*

علی اصغر دورودیان**، حبیب هنری***، محمدعلی صفانیا****

چکیده

هدف از پژوهش حاضر طراحی مدل جذب خیرین در ورزش با رویکرد نظریه داده بنیاد است. روش پژوهش کیفی و از نوع اکتشافی است. جامعه آماری شامل کارشناسان، نخبگانی که در مباحث مجمع های خیریه فعالیت داشتند و کارشناسان متخصص وزارت ورزش و فدراسیون ها بودند. روش نمونه گیری به صورت نمونه گیری غیر احتمالی، با انتخاب هدفمند و با حداکثر تنوع یا ناهمگونی استفاده شد. اندازه نمونه در این پژوهش برابر با ۱۶ نفر و ابزار اندازه گیری مصاحبه باز بود که بر مبنای سه مرحله کدگذاری باز، محوری و گزینشی تحلیل شد. و مبنای تحلیل داده ها ۱۷۱ مفهوم اولیه (کدهای باز)، ۳۷ کد محوری و ۱۳ کد گزینشی شناسایی شد. نتایج بدست آمده از تجزیه و تحلیل مصاحبه های کیفی نشان داد که عوامل علی از ۴ مقوله اصلی، ۹ مقوله فرعی و ۳۹ کد

* دانشجوی دکتری گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، تهران،
pariansara@gmail.com

** استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال (نویسنده مسئول)،
doroudian1980@gmail.com

*** دانشیار گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران،
honari_h@yahoo.com

**** استاد گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات، تهران،
a.m.safania@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۳/۲۸، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۰/۰۳

Copyright © 2018, IHCS (Institute for Humanities and Cultural Studies). This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International, which permits others to download this work, share it with others and Adapt the material for any purpose

اولیه، عوامل زمینه ای از ۳ مقوله اصلی، ۷ مقوله فرعی و ۳۷ کد اولیه، عوامل مداخله گر از ۲ مقوله اصلی، ۵ مقوله فرعی و ۲۴ کد اولیه همچنین راهبردها از ۴ مقوله اصلی، ۹ مقوله فرعی و ۵۱ کد اولیه و در نهایت پیامدها حاصل از ۲ مقوله اصلی، ۴ مقوله فرعی و ۱۱ کد اولیه تشکیل شده اند.

کلیدواژه‌ها: مطالعه کیفی، مدل جامع، جذب خیرین، ورزش، نظریه داده بنیاد.

۱. مقدمه

در جهان امروز ورزش از یک تفنن صرف، به صنعتی پررونق تبدیل شده و حجم بالایی از سرمایه‌گذاریها را در خود جای داده است. ورزش و تفریحات سالم به عنوان یک صنعت پردرآمد، به طور مستقیم و غیرمستقیم در توسعه کشورهای دنیا نقش دارند. در حال حاضر این صنعت در کشورهای توسعه یافته، یک صنعت مهم و عاملی اثرگذار در رشد اقتصادی این کشورهاست (Keshavarz, Farahani, Mousavi jahromi, & Farazyani, 2016). از این رو، سرمایه‌گذاری در آن موجب کاهش هزینه‌ها در بخش‌های بهداشت، درمان و مراکز مبارزه با مفاسد اجتماعی و پایین آوردن سطح ناهنجاری‌های فردی و اجتماعی می‌شود (پازاج، ۱۳۹۲). اهمیت و لزوم توجه به ورزش و تلاش برای توسعه و گسترش آن در میان همه اقشار جامعه به دلیل اثرات سودمندی است که از انجام آن به دست می‌آید، چون ورزش سبب افزایش توانایی‌های جسمی و روحی، افزایش اعتماد به نفس، تقویت حافظه، تقویت سیستم دفاعی بدن، کاهش فشارهای عصبی و روانی، کاهش احتمال ابتلا به بسیاری از بیماریها و... نیز وسیله‌ای برای جمع‌گرایی و اجتماعی شدن است. آثار فردی ورزش، بر جنبه‌های گوناگون درونی فرد اثر می‌گذارد و سبب تعالی آنها می‌شود. طبیعتاً در همه جوامع توسعه یافته، کشورهایی که در این جهت برنامه‌های گسترده‌تری اجرا کنند و افراد بیشتری را به فعالیت‌های بدنی و ورزشی سوق دهند و شرایطی را فراهم کنند که همه اقشار جامعه بتوانند در انجام این فعالیتها شرکت کنند، جامعه‌ای سالم‌تر و شاداب‌تر دارند و در فرآیند توسعه ورزش کارنامه موفق‌تر و درخشان‌تری خواهند داشت. نکته قابل توجه در فرآیند توسعه فعالیت‌های بدنی این است که در کشورهای در حال توسعه مانند ایران به دلیل تحریم‌ها و مشکلات وسیع اقتصادی توسعه فعالیت‌های بدنی به راحتی امکان‌پذیر نیست و در واقع خارج از توان دولت و وزارت ورزش و سازمان‌های وابسته به آن است (ریاحی‌سامانی، ۱۳۹۲). 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 (Westerbeek & Shilbury, 2012). (Sargeant, 2018) معتقد است گنجاندن ورزش خود به عنوان یک هدف خیرخواهانه، موضع دولت را مبنی بر اهمیت ورزش تقویت می‌کند و فرصتی برای پر کردن شکاف بودجه با پشتیبانی خصوصی فراهم می‌کند. چون ورزش نقش به‌سزایی در سالم‌سازی جامعه ایفا می‌کند در نتیجه برای تحقق بخشیدن به فرآیند توسعه ورزش و حمایت ازدولت و مردم در این راستا می‌توان از حضور خیرین بهره برد تا نسبت به شرایط و پتانسیل موجود در جامعه اقدام شود. بر همین اساس باید بستر و فضای لازم برای ورود خیرین ورزشی بیش از پیش محقق شود و سیاست دستگاه ورزش کشور باید حمایت از این افراد باشد. صرف کردن وقت و پول به طور اختیاری برای کمک به دیگران از نظر جامعه شناسان نشانه انسجام در یک جامعه است. تقریباً تمام کشورها، فرهنگ‌ها و ادیان، از رسم‌های خاص خود در کمک کردن به دیگران برخوردارند. این رسم‌ها پیچیده هستند و تاریخ، سنت و مذهب این کشورها آنها را شکل می‌دهند. مقدار این کمک‌ها در یک کشور نشانگر قدرت جامعه مدنی است که تا چه اندازه افراد آن جامعه تمایل و توان دارند تا به حل مشکل نیازمندان حوزه‌ی خود یا جاهای دیگر کمک کنند (Inoue, Heffernan, Yamaguchi, & Filo, 2018). احسان و نیکوکاری بخش مهمی از فرهنگ دینی و ملی مردم ایران به شمار می‌آید و گستردگی «وقف» در ایران نشان از اهتمام تاریخی مردم این مرز و بوم به امور خیریه و نیکوکاری است. در اسلام یکی از راههای تحقق بخشیدن به اهداف خیرخواهانه وقف است. نهادی که گسترش آن از یک سو سبب تعدیل و توزیع ثروت و از سوی دیگر موجب از بین رفتن نیازهای فرهنگی و اجتماعی موجود در جامعه می‌گردد و می‌توان ادعا نمود سنت حسنه وقف پشتوانه اقتصادی اهداف بلند انسانی است که در طول تاریخ با توجه به سطح زندگی مردم برای رشد فرهنگ و دانش بشری تأثیر بسیاری داشته است، زیرا وقف سابقه دیرینه در تاریخ تمدن بشر دارد و تنها مخصوص اسلام و فقه و حقوق کشورهای اسلامی و ایران نیست و نهادهای مشابه آن در تمام ادیان و حقوق سایر کشورها مشاهده می‌شود (Mirhashemi & Sarhangian, 2015). 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 عرصه‌ی 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. نکته‌ی مهمی که در این زمینه حائز اهمیت است این است که اقدامات فرهنگی نیاز به زمان و استمرار دارند. بنابراین هر حرکتی در این راستا باید با دقت، برنامه‌ریزی و استمرار همراه باشد تا به نتیجه‌ی مطلوب و موردنظر منتهی گردد. این پژوهش بر آن است به راه‌های جذب خیرین پردازد تا با ارائه‌ی راهکارها و پیامدهای آن قدمی در آگاه‌سازی خیرین و تأثیر کمک‌های آنها در توسعه ورزش بردارد. توسعه رشته‌های ورزشی مستلزم صرف نیرو و بودجه‌ای فراوان است که از جمله می‌توان به هزینه‌های مربوط به آماده‌سازی فضاهای مناسب و استاندارد، تهیه وسایل گران قیمت برخی رشته‌ها، استخدام و تربیت مربی، برگزاری دوره‌های آموزشی و سرانجام، راه اندازی تشکیلات سازمانی مستقل برای هر رشته اشاره کرد (Khadem, 2019). از طرفی با توجه به وضعیت نابسامان اقتصاد کشور، تأمین منابع مالی در بخش ورزش تنها با اکتفا به بودجه و قراردادهای حمایت مالی میسر نمی‌شود (تسلیمی، ۱۳۹۵). یکی از نیازهایی که بر اثر پیشرفت‌ها و دگرگونی‌های اجتماعی ایجاد شده است و لزوم اقدام در این خصوص به خوبی لمس می‌گردد، ایجاد و احداث سالن‌های ورزشی، کمک به مسابقات و مساعدت در امر سالم‌سازی معتادان از طریق ترویج فرهنگ ورزش عمومی و غیره می‌باشد (حسن شاهی، قهرمانی، اسماعیلی، ۱۳۹۶). توسعه آگاهی پیش شرط توسعه فرهنگ انجام امور خیریه و مقدمه هدایت افکار و اندیشه انسانها و جلب مشارکت آنان در هر زمینه‌ای، نیازمند افزایش آگاهی و توجه آنهاست. بنابراین، گسترش فعالیت‌های اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی در عرصه خیرین ورزش‌یار، از ضروری‌ترین اموری است که باید مدنظر متولیان امر قرار گیرد. ساخت و تکمیل فضاهای ورزشی به وسیله یا حمایت خیرین ورزش‌یار در حالی در دستور کار متولیان ورزش کشور قرار گرفته است که به نظر می‌رسد حتی میان خود اهالی ورزش نیز این مهم به فرهنگ‌سازی و نهادینه کردن نیاز دارد. در سال‌های اخیر جمع‌آوری کمک‌های مالی؛ به دلیل عدم حمایت دولت‌های ایالتی و فدرال، رکود اقتصادی اخیر و رقابت شدید بین تعداد فزاینده‌ای از خیرین؛ یک چالش بزرگ برای سازمان‌های غیرانتفاعی (NPOs) بوده است. برای غلبه بر این محیط چالش‌انگیز سازمان‌های غیرانتفاعی تلاش کرده‌اند با تهیه برنامه‌های گسترده و متنوع جمع‌آوری کمک‌های مالی به اهداف؛ اهدا کنندگان و مشارکت کنندگان مالی دست پیدا کنند (Won, Park, & Lee, 2013). استفاده از

فرهنگ وقف و جذب خیرین یکی از ارزشمندترین شیوه‌ها در تأمین منابع مالی مراکز و خدمات عمومی است. هم‌چنین، وقف یکی از مهم‌ترین و اثرگذارترین روش‌های نشر ارزش‌های دینی، فرهنگی و ملی در جامعه ورزش است. امروزه تلاش‌های زیادی انجام می‌شود تا ورزش و رویدادهای ورزشی نیز در حوزه‌ی دید خیران و واقفان قرار گیرند؛ حتی اگر از محمل ورزش برای برآوردن نیازهای دیگر جامعه بهره برده شود (Brandon-Lai, & Armstrong, 2016). یاماگوچی و فیلو (Yamaagochi & Filo, 2013) 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 درنهایت ارتقای ورزش، سلامت و رفاه را به‌ارمغان 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 فعالیت ورزشی خود است. با توجه به رشد جمعیت، وجود جنگ نرم در حوزه جوانان و گسترش بیماری‌های روحی و جسمی ناشی از تغییر سبک زندگی، استفاده بهینه از منابع وقفی موجود و همچنین ایجاد موقوفات جدید در حوزه ورزش از اهمیت به‌سزایی برخوردار است و این مهم، امکان پذیر نیست مگر اینکه وقف بخصوص وقف ورزشی را شناخت و به دیگران نیز معرفی نمود. با این وجود، کمبود تحقیقات تجربی در مورد انگیزه‌های شرکت در برنامه‌های خیریه ورزشی در زمینه بازاریابی ورزشی وجود دارد. در داخل کشور تاکنون پژوهش‌های فراوانی در ارتباط با مدیریت و گسترش خیریه انجام شده است. به‌طور مثال، نکویی و همکاران (Ghorbani Bahabadi & Amiresmaili, 2013)، در شناخت موسسات خیریه فعال در بخش سلامت استان کرمان، نحوه مدیریت و تعامل آنها با سایر اجزای نظام سلامت، شناخت مشکلات و چالش‌های پیش روی این موسسات بود (سجادی، ۱۳۹۳)، در آثار اجتماعی وقف اسلامی در ایران، فقه و اصول، سلامی و سلامی (Salami & Khatibi Aghda, 2015) در بررسی چالش‌های تجاری‌سازی فناوری، خانجانی و همکاران (خانجانی، کیانی، نیکوکاران، ملک ثابت، ۱۳۹۵) به بررسی مقایسه‌ای حوزه اقدامات خیرین سلامت استان یزد در طی سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۴ پرداختند، که نتایج نشان داد تعداد پروژه‌های خیریه‌ی عمرانی واحد‌های درمانی - عملیاتی مربوط به بیمارستان در سال ۹۲، ۱۰ پروژه و در سال ۹۴، ۱۷ پروژه گزارش شد. در سال ۹۳ پروژه‌ای در این حوزه انجام نشد. تعداد پروژه‌های خیریه عمرانی

واحد های درمانی عملیاتی مربوط به مراکز بهداشتی درمانی / اورژانس / خانه بهداشت روستایی در سال های ۹۲ و ۹۳ و ۹۴، ۱۴ پروژه بود که در سال ۹۴ به ۶ پروژه تقلیل یافت. تعداد لوازم و تجهیزات پزشکی اهدایی در سال ۹۲، ۲۸ قلم بود که در سال های ۹۳ و ۹۴ به ۳۵ قلم افزایش یافت. در نهایت، تعداد لوازم و تجهیزات غیر پزشکی اهدایی، ۱۲۲ قلم در سال ۹۲، ۲۸۳ قلم در سال ۹۳ و ۳۴ قلم در سال ۹۴ گزارش شد. مسعودی پور و باقری (Masoodipoor & Bagheri, 2018) در اولویت بندی مسائل کلیدی در نظام حکمرانی بخش دولتی و غیر دولتی ایران در حوزه خیریه‌ها، طاهری و حیدری (Taheri Demneh & Heidari, 2018) در تأملی در نقش و جایگاه وقف و نیکوکاری در علم و فناوری بیان کردند سوق دادن امور خیر به سمت توسعه‌ی علم و فناوری، به خصوص در حوزه‌ی رشد شرکت‌های دانش بنیان و استارت‌آپ‌ها به ارزش افزوده چندین برابری برای کل جامعه منجر می‌شود. حسینی مقدم (حسینی مقدم، ۱۳۹۶) در بررسی روندهای جهانی، چشم-اندازها، راهبردها و آموزه‌های ملی وقف علمی به توصیف وقف در حوزه‌های مختلف پرداخته‌اند، پاکدامن و همکاران (Pakdaman, Sari, motazeralfaraj, Fallahzadeh 2019) بر این باورند که عوامل مؤثر بر مشارکت خیرین در دانشگاه های علوم پزشکی کشور عبارت‌اند از: برگزاری جلسات در بازه زمانی آغازین سال تحصیلی دانشگاه‌ها، برگزاری جلسات بازه زمانی خاص و استفاده از منابع مالی خیرین در حوزه پژوهش، مصدق‌راد و همکاران (mosadeghrad & ehteshami, 2019) در مقاله‌ای با نام «مشارکت خیرین در تأمین مالی نظام سلامت ایران» به این نتیجه رسیدند که خیرین نقش به‌سزایی در تأمین مالی، توسعه‌ی منابع، ارائه‌ی خدمات سلامت و حمایت مالی بیماران در نظام سلامت ایران برعهده دارند. بنابراین، سیاست‌گذاران و مدیران نظام سلامت با برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، هدایت و نظارت صحیح باید مشارکت خیرین را هدفمند نموده، از موازی‌کاری‌ها و ائتلاف منابع اجتناب کنند. در تحقیقات خارجی، بین تعریف وقف و رویکردهای آن تفاوت‌های محرز و مشخصی دیده می‌شود. بتانی و همکاران (Thibaut, Eakins, Willem, & Scheerder, 2020) برای حمایت از ورزشکاران و یا تبدیل شدن آنها به یک ورزشکار منظم از پروتکل نقشه‌برداری مداخله‌ای و یا بسته مداخلات مبتنی بر شواهد استفاده کرده است. اندرسون و همکاران (Anderson-Butcher, 2019) اظهار داشتند چون فعالیت بدنی و ورزش یک حق اساسی برای همه است، برای ایجاد این فرصت برای همه باید بحران مالی و اقتصادی را در نظر گرفت و برای حل آن تلاش کرد. معتقد است ورزش به عنوان محیطی با پتانسیل ارائه

مزایای اجتماعی به جوانان و کاهش مشکلات اجتماعی مورد توجه است بنابراین مدیریت هزینه‌های مالی آن می‌تواند تحولات مثبتی را برای جوانان در جوامع مختلف فراهم آورد. سارجنت (Sargeant, 2018) بیان می‌دارد که گنجاندن ورزش خود به عنوان یک هدف خیرخواهانه، موضع دولت را مبنی بر اهمیت ورزش تقویت می‌کند و فرصتی برای پر کردن شکاف بودجه با پشتیبانی خصوصی فراهم می‌کند، چو، لی و وان (Chiu, Lee, & Won, 2016) نشان دادند که سازمان‌های خیریه که با انواع انگیزه‌ها در این مسیر قدم گذاشته‌اند، به نسبت کمتری دارای انگیزه‌های بشردوستانه و تعاملات اجتماعی بوده‌اند؛ درحالی‌که باندرز و همکاران (Bunds et al., 2016) در مشارکت مردم و توجه آنها به حمایت از فعالیت‌های ورزشی، انگیزه‌های بشردوستانه، مذهبی و درونی را تأیید کرده‌اند. پژوهشگرانی نیز به ارتباطات اجتماعی اشاره کرده‌اند؛ فیلو و همکاران (Filo et al., 2013) شش ویژگی ساختاری و فرهنگی را در مشارکت‌کنندگان رویدادهای خیریه‌ی ورزشی بررسی کردند که شامل روابط اجتماعی، انسجام جامعه، مراسم آیینی، وسعت گروه، همدردی با دیگران و اعتقادات مشترک بود و بیان کردند در صورتی که این موارد و اهداف به درستی رعایت نشوند، خیریه از هدف تغییرات جامعه محروم می‌شود، اسمیت (Smith, 2016) در تحقیق با نام وقف برای پیشرفت اجتماعی، به بررسی مسائل و قواعد مشارکت و وقف پرداخته است و بیان می‌کند مجمع کتابخانه‌ای آمریکا نمی‌تواند مسئولیت‌ها و وظایف کنونی خود را بدون یک ساختار تقویت شده مالی حفظ کند. نیاز به کتابخانه‌ها برای یک مجمع کتابخانه ملی موثر و قوی همیشه در حال افزایش است. بنابراین باید بر اساس نیازها و محدودیت‌های واقعی از منابع مالی موقوفه استفاده کنیم، جی‌کو و همکاران (JiKo, Rhee, Walker, & Lee, 2014) در پژوهشی با عنوان «راه‌های برانگیختن خیرین در برنامه‌های ورزشی: یک مدل جدید از رفتار اهداکننده» معتقدند که در محیط ورزشی بسیار رقابتی دانشگاهی، کمک‌های مالی از فارغ‌التحصیلان و حامیان مهمترین بخش بسیاری از بودجه‌های ورزشی را تشکیل می‌دهد، وان، پارک و لی (Won et al., 2013) خیریه و مشارکت خیرین را می‌شود در حوزه‌های گوناگونی از جمله توسعه فضاهای ورزشی تفسیر کرد، گالگر و گیل‌مور (Lin, Grewal, Morin, Johnson, & Zak, 2013) در تحقیق‌شان یک چارچوب مفهومی برای بررسی روند برنامه ریزی جمع‌آوری کمک‌های مالی سستی در زمینه منحصر به فرد باشگاه‌های ورزشی کوچک (SSC) تهیه کردند، شاپیرو و همکاران (Shapiro & Giannoulakis, 2011) در تحقیقی با عنوان، حمایت از ورزش به عنوان حمایت

از ورزش به عنوان بازاریابی بین‌المللی و ابزار ارتباطی که در فنلاند انجام پذیرفت حمایت از ورزش را از دو نظر تحت بررسی قرار داد:

۱- حمایت به عنوان یک ابزار تبلیغاتی مقرون به صرفه است ۲- حمایت از ورزش این پتانسیل را دارد که به عنوان یک ابزار تبلیغاتی مهم و یک زبان ارتباطی بین‌المللی عمل کند. بکرز در پژوهشی مشابه با بررسی تفاوت‌های جنسیتی در فعالیت‌های خیرخواهانه ورزشکاران نشان داد که زنان بیشتر از مردان به سازمان‌های خیریه و فقرا کمک می‌کنند. برای اثبات این موضوع محققان آمریکایی مطالعاتی انجام دادند و متوجه شدند زنان با هر سطح درآمدی بسیار بیشتر از مردان کمک می‌کنند که این میزان در برخی موارد به دو برابر هم می‌رسد. محققان دانشگاه ایندیانا ای آمریکا الگوی کمک کردن را در بیش از ۸ هزار خانواده در این کشور بررسی کردند. این خانواده‌ها طوری انتخاب شدند که بتوان میزان کمک کردن مردان و زنان را به طور مجزا در نظر گرفت و به همین دلیل مردان و زنان مجرد بیش تر مورد نظر محققان بودند (Bekkers, 2010). به طور کلی زنان دلسوزتر و نوع-دوست تر از مردان هستند و به همین دلیل فشارهای اقتصادی را که ممکن است بر خانواده‌های فقیر وارد شود بهتر درک می‌کنند. افزایش سطح تحصیلات و درآمد زنان نیز در طی سال‌های گذشته از مهم‌ترین عوامل استقبال آن‌ها از فعالیت‌های خیرخواهانه است (Bekkers, Wiepking, 2011).

شاپیر و همکاران (Shabbir, Palihawadana, & Thwaites, 2009) پژوهشی را با عنوان توسعه یک مقیاس چندبعدی برای اندازه‌گیری موانع کمک‌های مالی فارغ‌التحصیلان ورزشکار انجام دادند که برای تحلیل داده‌ها از تحلیل عامل تأییدی و آزمون مجذور کا استفاده کردند. آنها در این پژوهش شش انگیزه برای خیرین شناسایی کردند که عبارتند از دلایل بشردوستانه، دلایل اجتماعی، موفقیت برنامه‌های ورزش، کنجکاوی (مربوط به علاقه ذاتی یک فرد در یک رویداد یا موضوع) و قدرت (فرصت برای اعمال نفوذ و کنترل دیگران). آنها موانع کمک‌های مالی فارغ‌التحصیلان ورزشکار را عدم اهمیت، قطع ارتباط، دانش مسائل مربوط به ارتباطات، مسائل مربوط به تجربه و نارضایتی بیان کردند، ویلسون و همکاران (Wilson, Stavros, & Westberg, 2008) بیان می‌دارند که شهروندان با اعتقادات مذهبی قوی در مقایسه با سایرین، مشارکت بیشتری در فعالیت‌های خیریه و کمک به قشرهای آسیب‌پذیر و نیازمند داشته‌اند. مادن (Madden) (Madden, 2006) به شناسایی عوامل منتخب مربوط به کمک‌های برنامه سالانه برای جمع‌آوری کمک‌های مالی در انجمن

ملی ورزش دانشگاهی پرداختند، سارجنت (Sarjant) (Sargeant, 2001) به سه عامل برای نگهداری خیرین در مشارکت با سازمانها اشاره می‌کند که عبارتند از: تفاهم، کیفیت باز خورد و اثربخشی.

حمایتهای مالی در گذشته به صورت امروزی نبودند و بیشتر به صورت کمکهای خیریه بودند و صرفاً کمک مالی که به شخص یا تیم ورزشی می‌شد بدون آنکه هدف مشخص و یا توقعاتی در ازای آن داشته باشند بود (Jiffer & Roos, 1999). بعد از سال های ۱۹۸۰ حمایت مالی به‌طور تخصصی‌تری دنبال شد که امروزه موضوعی کاملاً حرفه‌ای و تخصصی قلمداد میشود. اما تا به امروز تحقیقات محدودی در حوزه خیریه در ورزش صورت گرفته است. عظیمی و همکاران (عظیمی، محمدی، ۱۳۹۴) در بررسی بازاریابی ورزشی خیرخواهانه در هیأت ژیمناستیک استان کردستان نشان دادند که با توجه به سناریوی برنده برنده در بازاریابی خیرخواهانه در ژیمناستیک استان تاکنون مواردی مانند جذب منابع مالی، کمک خرید تجهیزات ژیمناستیک، اهدای زمین، کمک احداث خانه ژیمناستیک و کمک هیأت ژیمناستیک به انجمن خیریه حمایت از بیماران سرطانی صورت گرفته است. نتایج بررسی‌های انجام شده از تحقیقات حاکی از آن است که نقش مهم واقفین در کمک به توسعهی بخشهای مختلف کشورها آشکار است و واقفین در این زمینه جایگاه ویژه‌ای را پیدا کردند و بهره‌برداری از کمک‌های واقفین و خیرین به عنوان راهی برای توسعهی حوزه‌های مختلفی که دولت به تنهایی قادر به تأمین هزینه‌های آنها نیست تبدیل شده است. در یک تحقیق تخصصی مربوط به مدیریت وقف در ورزش کشور، حیدری فرد و شریفیان (Heydari fard & Sharifian, 2017) به بررسی موانع مشارکت خیرین در توسعهی فضاهای ورزشی مدارس پرداختند و نشان دادند که تمامی عوامل مورد بررسی در این پژوهش، مانع از مشارکت خیرین در توسعهی فضاهای ورزشی بوده‌اند و میزان ممانعت آنها به ترتیب اولویت عبارت است از: مانع قانونی- اجرایی، اعتقادی، فرهنگی- اجتماعی و مانع مربوط به خود ورزش. افروزه و همکاران (Afroozeh, Afrouzeh, & Kameli, 2018)، در بررسی عوامل مؤثر بر جذب خیران و واقفان در ورزش گزارش کردند که مؤلفه اخلاق‌گرایی با سه مقوله احترام، مسئولیت اجتماعی و سرمایه اجتماعی، مؤلفه فرهنگ سازی با دو مقوله تعریف سازی و شرعی نگری، مؤلفه حقوقی با سه مقوله اقلیت سازی، شفافیت و تسریع و مؤلفه آموزش با سه مقوله عمومی، تخصصی و سازمانی، می‌توانند بیشترین تأثیر را در جذب خیران و واقفان داشته باشند. با

توجه به مطالب ارائه شده در پیشینه تحقیقات مشخص شد که راهکارهایی که وجود دارد فرهنگ‌سازی و اجرای آنها بیشتر توسط مسئولین امکان‌پذیر است پس بهتر آن است که مسئولین همت گمارده و با اجرای این راهکارها در جهت توسعه بخشهای مختلف ورزش تلاش نمایند. امید است این تحقیق بتواند زمینه‌ساز کمک به مواردی همچون: شناسایی، هدایت و جذب خیرین ورزش یار، بررسی و شناخت انواع گوناگون امور خیریه در ورزش، بررسی و شناسایی چالش‌های حوزه خیریه و اثرات منفی آن و به حداقل رساندن آنها، شناسایی تاثیر فعالیت‌ها و رویدادهای ورزشی بر صلح و آشتی ملت‌ها و دولت‌ها، برنامه‌ریزی به منظور تبلیغات و فرهنگ‌سازی برای جذب خیرین و کمک‌های مردمی، احداث، تکمیل، ترمیم، تجهیز و همیاری مراکز ورزشی، ارتباط و تعامل با خیریه‌ها، نهادهای عمومی و سازمان‌های بین‌المللی در زمینه ورزش و در نهایت افزایش تاثیر خیریه بر توسعه و گسترش ورزش بشود. همچنین در آینده وزارت آموزش و پرورش، ورزش‌های دانشگاهی، فدراسیون‌های ورزشی، وزارت ورزش و جوانان و کمیته ملی المپیک بتوانند در برگزاری المپیادها و رویدادهای بزرگ ورزشی با استفاده از جوامع خیرین ورزشی و غیر ورزشی به رشد و توسعه ورزش کمک نموده و خدمات خود را ارتقا بخشند. بنابراین هدف اصلی پژوهش حاضر طراحی یک مدل جامع برای جذب خیرین در ورزش ایران بر اساس مدل کیفی داده بنیاد می باشد. همچنین پژوهش حاضر می خواهد به این سوالات پاسخ دهد که عوامل موثر بر (عوامل علی، زمینه ای، مداخله گر، راهبردها و پیامدهای حاصل از پژوهش حاضر) طراحی مدل برای جذب خیرین در ورزش ایران کدامند؟ در نهایت مدل مفهومی پژوهش حاضر که بر گرفته از نظریه داده بنیاد می باشد به شرح زیر می باشد:



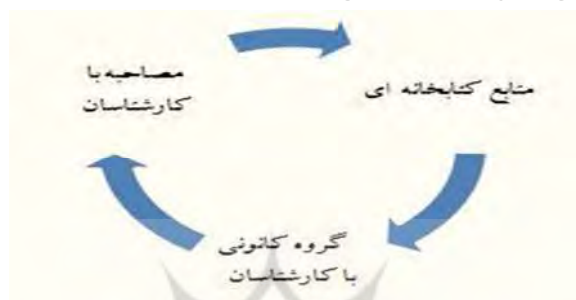
شکل ۱. مدل پارادایمی کدگذاری محوری (منبع: بازرگان، ۱۳۸۷: ۱۰۲)

۲. روش تحقیق

روش انجام این پژوهش کیفی است. راهبرد تحقیق در این مطالعه تحلیل داده بنیاد روش استراوس و کوربین بود. جامعه آماری این پژوهش در مرحله کیفی صاحب نظران و کارشناسانی هستند که به نوعی به طور مستقیم با چالش ها و رهیافت های جذب خیریه در ورزش ایران، انجمن خیرین سلامت، انجمن خیرین مدرسه ساز، انجمن خیرین حمایت از بیماری های خاص، وزارت ورزش، فدراسیون ها و کمیته ملی المپیک سروکار دارند، بودند. روش نمونه گیری به صورت نمونه گیری غیر احتمالی (Non probability)، با انتخاب هدفمند و با حداکثر تنوع یا ناهمگونی استفاده شد. اندازه نمونه در این پژوهش بر مبنای شاخص اشباع نظری برابر با ۱۸ نفر بود. هنگامی که اشباع نظری رخ می دهد محقق نمی تواند اطلاعات بیشتری را به موارد قبلی اضافه کند و همچنین شاهد الگوهای تکراری داده ها خواهد بود در این وضعیت نمونه گیری خاتمه می یابد چرا که نمونه های بیشتر به بسط تحقیق و تبیین بیشتر آن کمکی نمی کنند. همچنین در این تحقیق جمع آوری اطلاعات به شکل کتابخانه ای و میدانی انجام گرفت. برای گردآوری اطلاعات ابتدا ادبیات و پیشینه تحقیق با استفاده از کتب، مجلات، پایان نامه های مربوط، آیین نامه و اسناد مرتبط و سایت های اینترنتی مورد بررسی قرار گرفت. پس از تهیه راهنمای مصاحبه به نمونه آماری مراجعه شد و داده های مورد نیاز با استفاده از مصاحبه های باز جمع آوری شد.

نخستین گام در ساخت نظریه زمینه ای انجام کدبندی باز است. کدبندی باز از نظر واحد تحلیل به صورت سطر به سطر، عبارت به عبارت، یا پاراگراف به پاراگراف یا به صورت صفحه ای جداگانه انجام می شود. چنانچه واحد کدبندی، سطر باشد به هر یک از سطرها یا جمله ها، مفهوم یا کدی الصاق می شود. این کدها یا مفاهیم باید بتواند حداکثر فضای مفهومی و معنای آن را اشباع کنند. در این مرحله تمام اطلاعات کدبندی می شود (Creswell, 2005). در کدبندی اولیه محقق براساس واحد کدبندی، به هر واحد مورد نظر یک کد (مفهوم، نام، برچسب) الصاق می کند. مفاهیم یا کدهای بدست آمده در این مرحله، سنگ بنای مقوله های عمده بعدی و نیز اجزای اصلی نظریه زمینه ای در حال ظهور را شکل می کند. حال که کلیه داده ها کدبندی شده و کدها یا مفاهیم اولیه متعددی ساخته شدند، مرحله دوم کدبندی باز آغاز می شود. محقق در این مرحله با متون خام کار ندارد، بلکه با مفاهیمی که تولید کرده است، سروکار دارد. هدف این مرحله از کدبندی باز که به کدبندی "متمرکز" نیز مرسوم است، تولید و استخراج مقوله های عمده است (محمد پور، ۱۳۹۲).

لازم به ذکر است به جهت جنبه نو بودن تحقیق و محدودیت احتمالی داده‌ها، از رویکرد مثلث‌سازی (Triangulation) استفاده شد. مثلث‌سازی به فرایند استفاده از رویکردها و منابع گوناگون جهت جمع‌آوری اطلاعات در تحقیق اطلاق می‌شود (Skinner, Edwards, & Corbett, 2014). با توجه به استفاده از شیوه مثلث‌سازی (استفاده از منابع چندگانه) در این تحقیق از موارد منابع متنوع به منظور جمع‌آوری اطلاعات استفاده شد.



شکل ۱- فرایند استفاده از رویکردها و منابع گوناگون جهت جمع‌آوری اطلاعات

علاوه بر این، در پژوهش حاضر جهت سنجش روایی از معیارهای اسکینر، ادواردز و کوربت (Skinner, et al, 2014) که در جدول شماره ۱ به آن اشاره شده است استفاده شد.

جدول ۱- روش‌های اطمینان از روایی

روش‌های اطمینان از روایی	نحوه اجرا در این پژوهش
درگیری طولانی مدت	افزایش حساسیت نظری، مشارکت عملی و ارتباط با مشارکت‌کنندگان برای ارزیابی برداشت‌های محقق
مشاهده پایدار	مشارکت عملی محقق و حضور در محیط مشارکت و اکتشاف جزئیات تجارب مشارکت‌کنندگان
بازرسی مجدد مسیرکسب اطلاعات	انجام بازرسی ادواری اطلاعات و کدهای به دست آمده به جهت پیشگیری از سوگیری و اطمینان از صحت، توسط محقق و یک همکار (دانشجوی دکتری) آشنا به موضوع مورد پژوهش
چک کردن با مشارکت‌کنندگان	بررسی اطلاعات به دست آمده به کمک گروه تحقیق و نظرسنجی از مصاحبه‌شوندگان در خصوص نتایج
مثلث‌سازی	استفاده از منابع متعدد برای جمع‌آوری داده‌ها
مقایسه مستمر	مقایسه داده‌های به دست آمده از منابع مورد بررسی با سایر منابع به صورت مستمر در تمام طول تحقیق

برای محاسبه پایایی با روش توافق درون موضوعی دو کدگذار، از یک متخصص بازاریابی در حوزه ورزش که در مراحل انجام پژوهش حضور داشته و از آگاهی مناسبی در خصوص این پژوهش برخوردار بود، درخواست شد تا به عنوان همکار در کدگذاری تحقیق شرکت کند. آموزش‌ها و تکنیک‌های لازم جهت کدگذاری به همکار تحقیق انتقال داده شد. سپس محققان به همراه همکار، به عنوان نمونه دو مورد از مصاحبه‌ها را کدگذاری کرده و درصد توافق درون موضوعی محاسبه شد که با استفاده از فرمول زیر محاسبه شد:

$$\text{درصد توافق درون} = \frac{\text{تعداد توافقات} \times 2}{\text{تعداد کل کدها}} \times 100\%$$

در جدول شماره ۲ مشاهده می‌شود، تعداد کل کدهای به ثبت رسیده است معادل ۱۷۱ کد، تعداد کل توافقات بین کدها معادل ۶۰ می‌باشد. همچنین، پایایی بین کدگذاران برای مصاحبه‌های انجام گرفته همچنین، پایایی بین کدگذاران برای مصاحبه‌های انجام گرفته در این پژوهش معادل ۸۸ درصد است؛ لذا، با توجه به این که میزان پایایی بیشتر از ۶۰ درصد می‌باشد، قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تأیید بوده و می‌توان گفت که میزان پایایی تحلیل مصاحبه کنونی مناسب می‌باشد.

جدول ۲- محاسبه پایایی

ردیف	شماره مصاحبه	تعداد کل کدها	کدهای مورد توافق	پایایی
۱	۶	۸۰	۳۶	۰/۹۰
۲	۱۲	۹۱	۳۸	۰/۸۳
جمع		۱۷۱	۷۴	۰/۸۶

سرانجام جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها در مرحله کیفی از تحلیل روایت استفاده شد. لازم به ذکر است کلیه تحلیل‌های آماری با کمک نرم‌افزار Maxqda نسخه ۱۲ انجام گرفت.

۳. یافته‌های تحقیق

در این بخش کدهای استخراج شده و مؤلفه‌های مربوط به هر یک از آن‌ها در نهایت منجر به ارائه مدل جامع جذب خیرین در ورزش ایران خواهد شد. به گونه‌ای که پس از تجزیه و تحلیل صورت گرفته این امکان وجود دارد تا به سؤالات اصلی و فرعی مطرح شده پاسخ داده شود.

در جدول شماره ۳، نحوه کدبندی سطح اول (اولیه) و سطح دوم (متمرکز) با عنوان درک معنای ارائه الگوی نوآوری استراتژیک در کسب و کارهای ورزشی آمده است. به موجب نتایج این جدول، با تحلیل متن مصاحبه‌ها و پس از مفهوم‌پردازی در مرحله کدبندی باز، ۱۷۱ مفهوم اولیه (کدهای باز)، ۳۷ کد محوری و ۱۳ کد گزینشی شناسایی شد.

جدول ۳: مفاهیم و کدهای نهایی عوامل علی

نشانه‌ها	کدگذاری باز	کد گذاری محوری	کد گذاری گزینشی	محور اصلی
P2,p4,p8	اهمیت وجود باشگاههای ورزشی			
P4,p12	نیاز به اماکن ورزشی استاندارد			
P3,p13	ضرورت دسترسی به اماکن ورزشی	استانداردسازی فضاهای ورزشی	توسعه زیرساخت سخت افزار و اجتماعی در ورزش	عوامل علی
P3,p16	استفاده رایگان مردم از سالن‌های ورزشی			
P3,p8,p9	محدودیت فضا و سرانه ورزشی برای هرنفر نسبت به سایر کشورها			
P8,p9,p11	آمایش جغرافیایی (عدم توزیع جغرافیایی مناسب)			
P10,p1	تأثیرات خیریه در ورزش	عدالت توزیعی اماکن ورزشی		
P2,p7,p9	توزیع جغرافیایی مناسب ورزش			
P13	توسعه اقتصادی و توسعه کیفی			
P5,p9	ورزش سطح اول پیشگیری			
P7, P9	درمان کمتر با رعایت اصول ورزش	ارتقاء سلامت جسم و روان		
P1,P2	بالا بردن امید به زندگی			
P3,p9	استعدادیابی مناسب			
P8,p12	استفاده بهینه از خیریه برای جوانان			
P10,p14	کمک به ورزشکاران در بخشهای مختلف	بهره برداری صحیح از حمایت‌های خیرین		تعامل نظام‌مند و سازمان‌یافته
P2	حمایت قبل از قهرمانی، حمایت بعد از قهرمانی			
P13,p14	فقر امکانات سخت‌افزاری ورزشکاران ملی و المپیک			

	عدم آگاهی خیرین از شرایط بازیکنان ملی مناطق محروم	P3,p9,p13
	تهیه تجهیزات ورزشی به اندازه کافی	P7,p15
	فراهم نمودن تجهیزات ورزشی در مدارس مناطق محروم	P3,p4
تعامل هدفمند با خیرین	وجود حلقه مفقوده بین خیرین و وزارت ورزش	P9,p13
	فعالیت‌های مجمع خیرین ورزش‌یار	P1,p8,p14
	بسترسازی و زمینه سازی حضور خیرین	P3,p10,p14
محدودیت منابع دولتی	کم بودن سرانه ورزشی	P1,p17
	عدم اعزام تیم‌ها به علت افزایش دلار	P2,p9,p12
	اثربخش بودن کمک منابع مختلف به ورزش	P15
مدیریت و برنامه ریزی	سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت	P5,p11
	ایجاد زیرساخت‌ها توسط مدیران	P, P9
	برنامه بلندمدت در دستور کار دستگاه‌های مسئول	P1,P2
	خصوصی سازی خیریه و ساختن دستورالعمل	P6,p8
	عدم شفافیت محصول ورزش	P4,p15
نظارت و سازماندهی مستمر	اثرگذاری همایش خیریه در صورت داشتن قابلیت و ضمانت اجرایی	P7,p14
	سازماندهی کمک‌های مردمی	P2
	به نتیجه رساندن فعالیت خیریه آنها	P5,p12
	نظارت آنلاین مردم بر عملکرد ورزشکاران و جوامع مختلف ورزشی	P3,p5,p13
خصوصی سازی حضور خیرین	لزوم اداره اماکن ورزشی توسط خیرین	P4,p16
	اهمیت حضور خیرین در فدراسیون‌ها و هیئت‌ها	P3,p16
	قانون اجاره اماکن برای تامین مالی	P2,p12
	عدم تخریب چهره ورزش توسط رسانه‌ها و ورزشکاران و دور شدن خیرین	P1,p10,p15

در جدول شماره ۳، نتایج مربوطه به عوامل علی مدل جذب خیرین در ورزش را نشان داده شده است. همانگونه که مشاهده می شود، که از ۴ مقوله اصلی، ۹ مقوله فرعی و از ۳۹ کد مستخرج تشکیل شده است.

جدول ۴: مفاهیم و کدهای نهایی عوامل زمینه ای

نشانه‌ها	کدگذاری باز	کدگذاری محوری	کدگذاری گزینشی	محور اصلی
P1, P4	نیت خیر			
P10, P13	وجود قوانین موجود در مورد خیرین در وزارت ورزش			
P,7P10	وجود هماهنگی بخش قانونگذار و بخش اجرایی کشور			
P1,p16	ماده ۲۷، ۱۸، ۱۰ قانون در مورد طرحهای ناتمام عمرانی			
P1,p9	طرح خیرین ورزش‌یار در وزارت ورزش	هماهنگی و هم افزایی مجمع خیرین و دولت		
P7,p16	تقویت معافیت‌های موجود قانونی			
P4,p6,p12	نقش اقدامات مجمع خیرین ورزش‌یار در وزارت ورزش			
P10, P24	استفاده از الحاقیه تصویب شده خیرین در وزارت ورزش			
P2,p9	تشکیل هیئت امنا در خصوص مکان ورزشی ساخته شده و هزینه‌ها و نحوه اداره و نگهداری آن	فقدان کارآمدی برنامه‌های اثربخش مدیران		عوامل زمینه ای
P2,p14	گوناگونی نیازها و ضرورت‌های ورزشی بنا بر شرایط جمعیتی و جغرافیایی			
P2,p14,p15	توجه به موضوعیت خیریه در یک منطقه خاص			
P7,p15	آگاهی مردم و مدیران از پتانسیل خیرین	فقدان آموزش و آگاهی		
P4,p9,p14	آگاهی مردم از وضعیت فضاهای ورزشی			
P6,p8,p13	ایجاد بستر فرهنگی در جامعه			
P9	نیت خیر در خیریه ورزشی			
P14,p15	علاقه مدیران بر پروژه‌های کوتاه مدت			
P3,p7,p13	انجام کارهای کوتاه مدت و پوپولیستی	وجود توجه مدیران به فعالیت های اثربخش		
P7,p14	جابجایی مدیران			
P4,p16	طولانی مدت بودن خروجی‌ها و نتایج در خیریه			
P1,p14	زودبازده نبودن بسترسازی ورزش زنان			
P1, P4	خیریه در جهت سرمایه‌گذاری بر بانوان	منظم بودن	شفافیت	

طراحی مدل جامع جذب خیرین در ورزش با رویکرد نظریه داده بنیاد ۴۷

چارچوب فعالیت‌ها	برنامه‌ها و فعالیت‌های خیرین	حضور خیرین به عنوان حامی مالی	P10, P13
		حمایت ورزشکاران خیر با اهدای جوایز قهرمانیشان	P10
		افزایش سرعت ساخت و ساز	P1,p14
		عدم اتلاف وقت با حضور خیرین در ورزش	P1,p16
بسترسازی وجود انگیزه خیرین برای حضور در ورزش	بسترسازی وجود انگیزه خیرین برای حضور در ورزش	شفافیت مالی بعضی از ورزشکاران و ایجاد ذهنیت مثبت برای خیرین	P6, P14
		فراهم ساختن رضایت قهرمانان ورزشی از عملکرد مسئولان ورزشی	P0, P10
طرح تکریم خیرین	طرح تکریم خیرین	سابقه چندین ساله خیرین مدرسه‌ساز و نوپا بودن خیریه ورزشی	P,7P13
		انتظارت خیرین از مسئولین	P4,p6
		همدلی و همراهی با خیرین	P1,p11
نیازسنجی دقیق از خلأهای موجود	نیازسنجی دقیق از خلأهای موجود	خصوصی سازی خیریه جهت جلوگیری از مهاجرت قهرمانان	P2,p11
		وجود تقاضا از سمت مدیران برای جذب خیرین	P2,p6,p1
		نظارت و مدیریت بخش خیریه در استانها	P7, P14
		استفاده از ظرفیت خیرین در ورزش	P2,p12
		مستندسازی امور خیرین وزارت ورزش	P3,p13
		پررنگ بودن فعالیتهای مجمع خیرین ورزش یار	P2,p3,p1
		ضرورت ارتباط خیرین	P8,p9

در جدول شماره ۴، نتایج مربوطه به عوامل زمینه‌ای مدل جذب خیرین در ورزش را نشان داده شده است. همانگونه که مشاهده می‌شود، که از ۳ مقوله اصلی، ۷ مقوله فرعی و از ۳۷ کد مستخرج تشکیل شده است.

جدول ۵: مفاهیم و کدهای نهایی عوامل مداخله‌گر

نشانگرها	کدگذاری باز	کدگذاری محوری	کد گذاری گزینشی	محور اصلی
P8,P12	تخفیف مالیاتی			عوامل مداخله‌گر
P4,12,P16	اعتبارات دولتی و عمرانی ادارات دولتی			
P2,P8,P16	تسهیلات دولتی و بانکی و معافیت‌های قانونی	فقدان ارتباط با سیاستگذاران و برنامه‌ریزان کلان	ضعف در انعکاس فعالیتهای خیرین	
P4,P7,P16	مشکلات اداری و وجود قوانین دست و پاگیر			
P7,P16	تسهیل مجاری قانونی در مجلس			
P2,P15	ثبات قوانین و اجرایی کردن آن			
P1,P6,P13	تأثیر تبلیغ و رسانه بر افکار مردم و فرهنگ‌سازی	فقدان هم افزایی		
P11,P14	تاکید بر انعکاس جلوه‌های مثبت ورزش توسط	بین مجمع خیرین		

با اصحاب رسانه	رسانه	
	عدم رسانه‌های شدن مشکلات ورزشی	P10,P16
	عدم اطلاع رسانی رسانه‌های جمعی در خصوص نقش خیریه در ورزش	P12
	پرونگ جلوه دادن اخبار منفی ورزشی توسط رسانه‌ها	P9,P13
	آگاه‌سازی خیرین از وضعیت فعلی ورزش	P2,P7,P13
	پرداختن رسانه‌ها به رشته‌های پرطرفدار و چالش - برانگیز که باعث دوری خیرین ازین حوزه می - شود	P2,P7,P11
فقدان فرهنگ‌سازی در فعالیت‌های خیرین	تقدیر و تجلیل از خیرین توسط مقامات ارشد دولتی	P1,P7,P10
	عدم همکاری مستمر مسئولان و رسانه در نزدیک کردن دین و فرهنگ خیریه ورزشی و جلب اعتماد خیرین	P2,P4,P14
	ایجاد ارکان‌بندی در مجمع خیرین (حضور نمایندگان سه قوه و وزارت ورزش)	P1,P8
کنترل و نظارت ناکافی	آموزش شئونات ورزشی به ورزشکاران در همه سطوح	P2,P11
	عدم سازماندهی دولت در ایجاد هماهنگی بین بخش تولید و اشتغال و بخش علمی و پژوهشی کشور	P9,P13
عدول از وظایف توسط مدیران ورزش	اصل ۴۴ و موانع خصوصی سازی کردن ممنوعیت کمک به ورزش حرفه ای طبق ماده ۹۵ و ۹۶ مجلس شورای اسلامی	P1,P16 P6,P14
محدودیت بودجه	عدم توانایی تامین هزینه های مختلف در ورزش توسط حکومتها	P10,P16
	منابع محدود دولتی	P12,p14
	محدودیت بودجه	P9,P13
	تحریم و شرایط دشوار اقتصادی	P2,P5,P9

در جدول شماره ۵، نتایج مربوطه به عوامل مداخله‌گر مدل جذب خیرین در ورزش را نشان داده شده است. همانگونه که مشاهده می شود، که از ۳ مقوله اصلی، ۷ مقوله فرعی و از ۳۷ کد مستخرج تشکیل شده است.

جدول ۶: مفاهیم و کدهای نهایی راهبردها

نشانه‌ها	کدگذاری باز	کدگذاری محوری	کد گذاری گزینشی	محور اصلی
P10,p14	تجلیل و تقدیر از خیرین در همایش‌ها (منجر به افزایش حضور خیرین ورزش‌یار)			
P1,P9,P16	استفاده از حضور روحانیون جهت ترویج خیریه ورزشی			
P7,P12	فرهنگ‌سازی و ترغیب خیرین ورزش‌یار			
P16	استفاده از اساتید دانشگاه و مدیران فدراسیون‌ها جهت ترویج			
P4,P14	فرهنگ‌سازی و ترغیب خیرین ورزش‌یار	فرهنگ‌سازی		
P1,P12,P15	جلب توجه خیرین از طریق نمایش ماهیت هیجانی و نشاط بخش ورزش			
P4,P9,P13	تاکید بر خیر بودن خیریه ورزشی و بهبود طرزفکر مردم		ترویج فعالیت‌های خیرخواهانه در ورزش	راهبرد
P7,P16	ترویج خیریه از طریق پیشکسوتان (در رشته ورزشی خودشان، شهر محل زندگی خودشان و با بصورت کشوری و ملی) و حمایت از آنها			
P5,P13	آشنا کردن خیرین به ابعاد و زمینه های مختلف خیریه ورزش			
P7, P14, P15	افزایش انواع تبلیغات و اطلاع-رسانی رسانه‌ای			
P3,P7	رسانه‌ای کردن خدمات رسانه‌ای به ورزشکاران با شرایط خاص	اطلاع رسانه‌ای		
P3, P12	گسترش رسانه‌ای ورزش از طریق رسانه‌ها، وزارت ورزش و مراجع تقلید			
P2, P4, P12	رسانه‌ای کردن خدمات رسانه‌ای به ورزشکاران با شرایط خاص			
P7, P9, P11, P14	بررسی دلایل گرایش خیرین در وزارت بهداشت و وزارت آموزش و پرورش و استفاده از آن	تحقیق و پژوهش	ایجاد ساختارهای حضور خیرین	

	الگوپردازی از قوانین آموزش و پرورش برای صدور مجوز اداره اماکن	P3, P4
	مشاوره و تشکیل اتاق فکر با حضور افراد صاحب نظر	P1, P10
	استفاده از تحقیقات و پژوهشها در جهت کمکهای غیر نقدی به جای سرمایه‌گذاری نقدی	P8, P7
	تقویت مجمع خیرین و اولویت بندی نیازهای جامعه	P1, p5
جذب خیرین ورزشی	شناسایی خیرین پیشرو در ایران	P8, P16
	استفاده از خیرین ورزش به عنوان ستونهای ورزش	P4, P11
	طلب همکاری از خیرین مدرسه ساز	P8, P3
	تسهیل کار خیرین توسط شورا و دهیاری در استانها	P3, P10
	الگوپردازی از روند پروتکل‌های اداری، حقوقی و قانونی مجامع خیریه با سابقه	P2, P10
تولید قوانین حمایتی	فراهم کردن زیرساخت ها و فعالیتهای شخصی برای جذب خیرین	P8, P9
	تسهیل مجاری قانونی	P1, P3, P14
	اعطای وامهای بلند مدت و تسهیلات بانکی و استفاده از مالیات خیرین برای انجام پروژه‌های خودشان	P7, p13
تصویب قوانین حمایت از خیرین	جلب اعتماد خیرین داخلی و خارجی توسط هیئتها و فدراسیونها	P10, P15
	جلب اعتماد خیرین داخلی و خارجی توسط هیئتها و فدراسیونها	P3, P9
اعتمادسازی	جذب خیرین با فراهم کردن مباحث پیشگیرانه و جلب اعتماد خیرین از طریق انتصاب افراد شایسته	P2, P9
	استقبال و پیگیری پیشنهادهای داوطلبانه خیرین	P8, P15
	خودکفایی در انجام و استمرار خیریه و حفظ خیرین با رفع	P6, P11

طراحی مدل جامع جذب خیرین در ورزش با رویکرد نظریه داده بنیاد ۵۱

نیازهای آنها	
بهره برداری از دستاوردهای خیریه توسط خود خیرین	P5,P9
برقرای ارتباط مناسب با خیرین	P10
کمک به دولت از طریق خیریه	P1,P4,P13
راهاندازی پلیس ورزش جهت کنترل همه ارکان ورزشی	P8,P12
حضور خیرین جهت برگزاری دوره‌های مربیگری و داوری	P10
جهت‌دهی همایشهای خیریه توسط صاحب نظران متخصص و محقق	P8,P14
مشارکت دولت و خیرین در ساخت و ساز	P1,P8,P15
مدیریت صحیح کمکهای خیریه	P4,P9,P13
تعیین نقش وزارت ورزش در جذب خیرین	P7,P16
توجه به خواسته‌های خیرین و عضو کردن آنها در مجمع خیرین	P6,P11
شرح وظایف و تعریف چارچوب و روال کارمجامع خیرین	P8, P12, P13
بکارگیری درآمد پروژه‌های خیریه در بخشهای دیگر	P4,P9
تشکیل هیئت امنا و مدیریت پروژه های خیریه توسط خیرین	P3, P12
تأمین نیرو در پروژه خیریه مشترک ورزش و آموزش‌پرورش	P2, P9, P12
شناسایی خیرین حوزه سلامت و آموزش و پرورش و راههای جذب آنها	P7, P10, P11, P14
تربیت مدیران آگاه و توانمند جهت شناسایی و استفاده از ظرفیت موجود در جامعه	P1, P4
شرح وظایف و تعریف چارچوب و روال کارمجامع خیرین	P1,P13
ارجاع خیرین توسط فدراسیونها و هیئت های ورزشی به وزارت ورزش و برعکس	P6, P7
بکارگیری زنان و جوانان در مجمعه‌خیرین	P10
کمک گرفتن از خیرین در رویدادهای ورزشی توسط فدراسیونها	P8,P16

مدیریت و سازماندهی خیریه توسط خیرین
 بکارگیری اصول مدیریتی در مجمع خیرین ورزش‌یار

مدیریت و سازماندهی خیریه توسط خیرین
 بکارگیری اصول مدیریتی در مجمع خیرین ورزش‌یار

در جدول شماره ۶، نتایج مربوطه به راهبردهای مدل جذب خیرین در ورزش را نشان داده شده است. همانگونه که مشاهده می شود، که از ۹ مقوله فرعی و از ۵۱ کد مستخرج تشکیل شده است

جدول ۷: مفاهیم و کدهای نهایی پیامدها

نشانه‌ها	کدگذاری باز	کدگذاری محوری	کدگذاری گزینشی	محور اصلی
P1, 24, P5, P3	تقویت حضور خیرین ورزش‌یار به جای خیرین ورزش‌ساز	تقویت انگیزه		پیامدها
P14	ایجاد تمول فکری و اعتماد سازی	مشارکت خیرین		
P7,P16	ارتقا فرهنگ افزایش خیرین در هر سطح مالی		فراهم بستری‌های مناسب برای حضور خیرین در ورزشی	
P1,P15	کاهش بزهکاری و افزایش سلامت روان و جسم	توسعه اجتماعی از طریق ورزش		
P9,P11	کاهش بودجه درمان و کاهش مرگ و میر			
P3,P9,P14	افزایش هزینه در ورزش و ارتقا سلامت جامعه			
P1, P3	بهره‌مندی همه اقشار جامعه از ورزش			
P3,P14	دسترسی آسان همه اقشار جامعه به فضاهای ورزشی	دسترسی ورزش برای همه اقشار		
P1, P3	توسعه فردی و اجتماعی		هدفمند سازی فعالیت خیرین در ورزش	
P5,P12	رشد و توسعه ورزش در همه ابعاد و حوزه‌های آن	توسعه چهارگانه سطوح ورزش		
P9,P10	موفقیت بیشتر ورزشکاران در میادین بین‌المللی و خشنودی مردم			

در جدول شماره ۷، نتایج مربوطه به پیامدهای مدل جذب خیرین در ورزش را نشان داده شده است. همانگونه که مشاهده می‌شود، که از ۹ مقوله فرعی و از ۵۱ کد مستخرج تشکیل شده است.

- کدبندی گزینشی

مرحله دوم کدبندی داده‌ها به کدبندی محوری مرسوم است. در این مرحله، مقوله‌ها به صورت یک شبکه با هم در ارتباط قرار می‌گیرند. همچنین این مرحله مشتمل بر ترسیم یک نمودار است که الگوی کدگذاری نامیده می‌شود. الگوی کدگذاری، روابط فی‌مابین شرایط علی، راهبردها، شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر و پیامدها را نمایان می‌کند (Creswell, 2005). این فرایند در نمودار شماره ۱ نمایان شده است.



شکل ۲- مدل نهایی جذب خیرین در ورزش با رویکرد نظریه داده بنیاد

۴. بحث و نتیجه‌گیری

در رابطه به یافته‌های بدست آمده می‌توان به یافته‌های (حسن شاهی و همکاران، ۱۳۹۶) و (Khadem, 2019) اشاره کرد که به نتایج بدست آمده در این قسمت همسو بوده است. از دلایل همخوان بودن می‌توان به مفاهیم مشترک و همچنین به مبنای نظری آن که در اکثر پژوهش‌های مرتبط به کار گرفته نیز اشاره کرد. توسعه زیر ساخت‌های اجتماعی و توسعه سخت افزارها در ورزش از جمله موارد شناسایی شده بود که اشاره به استانداردسازی فضاهای ورزشی، عدالت توزیعی اماکن ورزشی و ارتقا سلامت جسم و روان دارد. این موارد نشان دهنده اهمیت ورزش در جامعه است که چه تأثیراتی بر جامعه و افراد دارد. بر کسی پوشیده نیست که ورزش بر سلامت جسمانی و روانی جامعه تأثیرات بسیاری دارد و به بالا بردن امید به زندگی در میان افراد موثر است و همچنین در مباحث درمانی نیز بسیار تأثیرگذار است و هزینه‌های که برای درمان می‌شود را کمتر خواهد کرد و این هزینه را می‌توان صرف رفاه اجتماعی و فرهنگی در جامعه کرد. از این رو باید استانداردسازی فضاهای

ورزشی بسیار اهمیت داد تا افراد با اطمینان خاطر مناسب از این فضاها استفاده کنند. یکی دیگر از مواردی که باید به آن توجه داشت رعایت عدالت در توزیع فضاهای ورزشی است چرا که باید همه افراد بصورت مساوی با توجه به شرایطی که دارند استفاده کنند. در این مورد کاستی‌های بسیاری وجود دارد که جذب خیرین می‌تواند یک جذب سرمایه مناسب باشد که فضاهای ورزشی استاندارد در همه نقاط کشور ساخته شود و همه آحاد جامعه بصورت مساوی از این اماکن استفاده نمایند. بنابراین باید یک تعامل سازمان یافته ایجاد شود تا خیرین به سمت ورزش نیز گام بردارند و به کمک ورزش بیایند. بهره‌برداری صحیح از حمایت‌های خیرین از جمله موارد مهمی است که باید به آن توجه شود. در این خصوص سازمان‌های متولی مانند سازمان ورزش و جوانان باید بسترهای لازم را برقرار کنند که سرمایه‌های که از طریق خیرین جذب شده بهترین بهره ممکن را داشته باشد. همچنین در این رابطه می‌توان با برقراری تعامل مناسب با خیرین اعتماد آنها را بیشتر جلب نمود و با توجه به شرایط و علایق این افراد نیز در جهت ساخت اماکن ورزشی و سرمایه‌گذاری در این حوزه گام برداشت. موارد گفته شده بدون شک با مدیریت و برنامه‌ریزی درست از سوی مسئولین می‌توان انجام داد. همچنین می‌توان به محدودیت منابع دولتی اشاره کرد و این محدودیت‌ها مانند کمبود سرانه ورزشی را برای خیرین بازگو نمود و تاکید کرد که کمک‌های آنها تا چه حد می‌تواند در بخش ورزش و موفقیت‌های حاصله اثرگذار باشد. لذا نداشتن یک برنامه راهبردی درست در این زمینه مزید بر علت شده که جذب خیرین در ورزش مانند دیگر حوزه‌های مشابه موفق نبوده است. عدم نظارت و سازماندهی مستمر در حوزه‌ی کمک‌هایی که به ورزش شده است نیز بی‌تاثیر نبوده است. اگر شفافیت لازم در این رابطه وجود داشته باشد بدون شک می‌توان امیدوار بود که خیرین بخواهند در حوزه ورزش نیز حضور پررنگی داشته باشند. خصوصی سازی یکی از مواردی است که می‌تواند مثرتر باشد و حتی می‌توان این امر را با حضور خیرین انجام داد و اگر شرایط مهیا بود بخش‌هایی را توسط خود خیرین سازماندهی و مدیریت گردد تا بستری برای اعتماد و حضور خیرین نیز فراهم شود.

شرایط زمینه‌ای در واقع بستر مناسبی برای وقوع پدیده‌ی محوری است، فقدان کارآمدی برنامه‌های اثربخش مدیران از جمله موارد شرایط زمینه‌ای است که شناسایی شد. همچنین می‌توان به عوامل موثر و تاثیرگذاری مانند هماهنگی و هم‌افزایی مجمع خیرین و دولت اشاره کرد، چرا که اگر هماهنگی‌های لازم وجود داشته باشد بدون شک می‌توان تعاملات

مناسبی برقرار کرد. از جمله این موارد می‌توان به تقویت معافیت‌هایی که از سوی دولت برای خیرین در نظر گرفته شده اشاره کرد و یا اینکه در حوزه‌ی ورزش می‌توان مجمع خیرین تشکیل داد و اعضای آن را نیز از بین خیرین انتخاب کرد و دولت فقط نقش نظارتی داشته باشد. فقدان آموزش و آگاهی از جمله موارد دیگر است که باید مورد توجه مسئولین قرار گیرد. چون مردم کمترین اطلاع را از پتانسیل خیرین در ورزش دارند و آگاهی و بصیرت لازم راجع به این که تا چه حد می‌توانند اثرگذار باشند را ندارند. در نقطه‌ی مقابل خیرین هستند که باید آموزش‌های لازم را در بحث سرمایه‌گذاری در ورزش ببینند و همچنین در مورد ورزش و اثرات آن اطلاعات کافی را داشته باشند و اینکه چه کمبودهایی در حوزه ورزش وجود دارد که خیرین می‌توانند در جبران آن موثر باشند. شفافیت چارچوب فعالیت‌ها از دیگر موارد زمینه‌ای شناسایی شده است که باید مورد بحث و بررسی قرار گیرد. یکی دیگر از موارد تاثیرگذار منظم بودن برنامه و فعالیت‌های خیرین است. اگر همراه با خیرین بتوان یک برنامه مناسب و مدون تدوین کرد که آنها فعالیت‌های خود را در حول یک محور آماده انجام دهند بدون شک بهتر می‌توان از سرمایه‌ها بهره‌برداری کرد و این امر نیز سریعتر محقق خواهد شد در نتیجه یک حمایت دو طرفه بین ورزشکاران و خیرین نیز صورت خواهد گرفت، همچنین می‌توان بر این مطلب تاکید کرد که حضور خیرین را می‌توان به عنوان حمایت یک حامی مالی تلقی کرد. ناگفته نماند تا زمانی که بستر مناسب وجود نداشته باشد خیرین انگیزه لازم را برای حضور در انجمن‌های خیریه‌ی ورزشی را ندارند و اگر موارد گفته شده صورت بپذیرد می‌توان یک انگیزه برای حضور این افراد در ورزش باشد. نیاز سنجی دقیق از خلاءهای موجود اخیر که در رابطه با عوامل زمینه‌ای بود شناسایی گردید. لازم به ذکر است تا کنون تقریباً هیچ برنامه علمی و عملی در خصوص اینکه خیرین بیشتر در کدام حوزه باید فعالیت نمایند و برای بهبود کدام قسمت جذب گردند، صورت نگرفته است؛ و اگر چنین کاری هم صورت گرفته باشد متأسفانه هیچ اطلاع‌رسانی که بقیه افراد و یا مردم عادی هم از آن خبر داشته باشند، انجام نشده است. در این راستا وزارت ورزش و جوانان می‌تواند اولویت‌هایی را تعیین کند که با توجه به آن خیرین را جذب نماید. از این رو ضرورت ارتباط با خیرین و نیز استفاده بهینه از ظرفیت آنها انجام می‌شود. البته باید تقاضاهای معقول و مناسبی از سوی مسئولین برای جلب توجه خیرین صورت گیرد. همدلی و همراهی با خیرین و برآورده ساختن انتظاراتشان (در قالب طرح‌های تکریم خیرین) نیز بدون شک تاثیرگذار خواهد بود.

نشانه‌های شرایط مداخله‌ای راهبردها را در زمینه خاصی سهولت می‌بخشد و یا آن‌ها را محدود و مقید می‌کند. عوامل مداخله‌گر در جذب خیرین یکی دیگر از اهدافی بود که مورد بررسی قرار گرفت. ضعف در انعکاس فعالیت خیرین از موارد مداخله‌گری بود که شناسایی شد. عدم پوشش مناسب فعالیت‌های خیرین توسط رسانه و عدم توجه به فعالیت‌های مجمع خیرین در سال‌های گذشته از سوی مسئولین یک عامل موثر در بی‌انگیزگی این افراد بوده و متأسفانه موجب عدم استقبال خیرین برای انجام کارهای خیرخواهانه شده است. در این رابطه اگر سازو کاری فراهم شود که بین سیاستگذاران، برنامه‌ریزان ورزشی و خیرین ارتباطی برقرار شود و برنامه ریزی‌های انجام شده را در اختیار خیرین قرار دهند و بخواهند خیرین هم بررسی نمایند که بیشتر در چه حوزه‌هایی می‌توانند کمک کنند بدون شک بهتر می‌توان از این پتانسیل استفاده‌ی مناسبی داشته باشند. همچنین می‌توان با شناسایی قوانین بازدارنده در صدد رفع عیوب قوانین برآمد و راه‌های ارتباطی را تسهیل کرد. فقدان فرهنگ، عدم بسترسازی برای فرهنگ‌سازی در فعالیت خیرین نیز از دیگر مواردی است که می‌توان نقش مداخله‌گر منفی داشته باشد. برای فرهنگ‌سازی می‌توان از رسانه‌ها و فضای مجازی کمک گرفت تا فرهنگ‌سازی صحیح انجام پذیرد و خیرین به فعالیت‌های خیرخواهانه خود بهتر و بیشتر بپردازند. کنترل و نظارت کافی از سوی مسئولین بر فعالیت‌هایی که در ورزش صورت می‌گیرد می‌تواند به‌عنوان یک نکته مثبت از سوی خیرین تلقی شود و آنها نیز با دیدن این کنترل و نظارت بیشتر ترغیب می‌شوند که در حوزه ورزش حضور داشته باشند و اعمال خیرخواهانه خود را در حوزه ورزش انجام دهند. همچنین اگر مجمع خیرینی که در حوزه ورزش فعالیت می‌کنند تشکیل شود و از نهادهای نظارتی کشور نمایندگانی در این جلسات حضور یابند و فعالیت‌های آنها را بررسی نمایند بدون شک بهره‌برداری بیشتر در حوزه ورزش صورت خواهد گرفت. با توجه به محدودیت‌های مالی که در ورزش وجود دارد بدون شک جذب خیرین و سرمایه‌گذاری آنها می‌تواند کمک بسیار مفیدی در بحث ورزش باشد و پیشرفت‌های مناسبی حاصل شود؛ لذا توجه مسئولین باید به سمت رفع موارد مداخله‌گر باشد تا زمینه جذب خیرین بهتر و بیشتر فراهم گردد.

منظور از راهبردها، تعامل‌ها و کنش‌هایی است که افراد در قبال شرایط (علی، زمینه‌ای و مداخله‌ای) از خود بروز می‌دهند. ترویج فعالیت‌های خیرخواهانه در ورزش یکی از راهبردهای مهم در جذب خیرین می‌باشد. برای ترویج فعالیت‌های خیرخواهانه بهتر است

هر فعالیتی با هماهنگی مجمع خیرین باشد و در صورت امکان از پیشنهادات و نظرات این افراد نیز استفاده شود و شفافیت در انجام فعالیت ها می تواند یک اصل مهم در بحث اعتماد متقابل باشد که باید رعایت شود. پرداختی های مالی نیز باید با برنامه ریزی های دقیق و به موقع در امور انجام گیرد. یکی از راه های فرهنگ سازی می تواند پیشگام بودن پیشکسوتان نامی در هر رشته باشد که در جامعه دارای جایگاه و پایگاه اجتماعی مناسبی هستند و از طریق این افراد می توان تعاملات لازم را با خیرین انجام داد و با فراهم نمودن زمینه ی حضور در همایشها دامنه ی فعالیت آنها را گسترش داد. فرهنگ سازی می تواند یک راهبرد مورد مقبول باشد که می تواند در جذب خیرین به حوزه ورزش موثر باشد. در بحث ورزش اطلاع رسانی به مراتب بیشتر می تواند اثرگذار باشد البته اطلاع رسانی در هرکاری بعنوان یک راهبرد موفق عمل کرده است. اگر راجع به ورزش، مزایا و تاثیرات آن اطلاعات کافی در اختیار خیرین قرار داده شود بی شک تاثیرات مثبتی بر جلب نظرات آنها دارد. در کنار این اطلاع رسانی های مثبت می توان در مورد ضعف های موجود در حوزه ورزش نیز اطلاع رسانی کرد و در اختیار این افراد قرار داد و همچنین با اشاره به اینکه برطرف کردن این ضعف ها چه پیامدهای مثبتی دارد باعث اثرگذاری هرچه بیشتر در این زمینه شد. بطور کلی اگر تمام جوانب از کمبودهای موجود را شناسایی و در اختیار خیرین قرار داده شود این افراد با آگاهی بهتر و بیشتر می توانند در کمک رسانی و بهبود امور تصمیم بگیرند. برای حضور خیرین در بخش ورزش باید ساختارهای لازم فراهم شود تا این افراد واجد شرایط بتوانند با اقتدار و قاطعیت به فعالیت بپردازند. در این راستا انجام پژوهش های علمی می تواند اثرگذار باشد. در پژوهش های میدانی می توان به مولفه های کاربردی دست یافت و طبق این مولفه ها خیرین را جذب کرد. یکی دیگر از راهبردهای کاربردی می تواند الگو برداری از دیگر سازمان ها مانند آموزش و پرورش و وزارت بهداشت و... و بهره برداری از قوانین آنها باشد. در نهایت برای جذب بیشتر افراد نیز می توان شناسایی و پس از انجام مکاتبات لازم شرایط را برای حضور و فعالیت در ورزش فراهم کرد. همچنین با بخش های خصوصی که در ورزش سرمایه گذاری کرده اند نیز می توان مذاکره کرد و اگر تمایل داشتند از حضور این بخش نیز بهره لازم را برد. از دیگر راهبردهای شناسایی شده تصویب و وجود قوانین حمایتی از خیرین است که می تواند اثرگذار باشد؛ از جمله این قوانین به این مورد می توان اشاره کرد که دولت تسهیلات ویژه ای در اختیار افراد خیر قرار دهد که بتواند باعث تسریع روند امور در بخش ورزش شود. همچنین تسهیل کردن

قوانین بازدارنده‌ای که در ورزش وجود دارد برای خیرین نیز می‌توان موثر باشد و بهتر است برای آنها قوانین خاصی تصویب شود که در جهت کمک به بهتر و راحتتر شدن امور باشد. موارد گفته شده زمانی می‌تواند تاثیرگذار باشد که اعتماد متقابل بین دو طرف باشد که اگر این مورد رعایت نشود بدون شک هیچ یک از طرفین به راحتی فعالیت‌های خود را انجام نمی‌دهند. در راستای اعتماد سازی بهتر است دستاوردهایی که در حوزه ورزش از قبل صورت گرفته را برای خیرین بازگو نمایند و در زمان همکاری نیز به گونه‌ای رفتار شود که خیرین در متن کار قرار گیرند و همچنین از نتایج به دست آمده نیز اطلاع کافی داشته باشند. در ادامه نیز باید به مولفه برنامه‌ریزی اشاره کرد که باید حتما بصورت اصولی و درست انجام گیرد تا بهره لازم را از آن برد و برای دفعات بعد عملکرد مناسبی وجود داشته باشد که گزارش داده شود. یک مدیریت منسجم و کارآمد می‌تواند مطالبی که گفته شد را رهبری و به سرانجام برساند و نباید با یک مدیریت ضعیف بسترهای به وجود آمده را از بین برد و از این ظرفیت مناسب بی‌بهره ماند. در رابطه با مدیریت خیرین در بحث ورزش باید آموزش‌های لازم به مدیران داده شود که بتوانند افراد خیر را بیشتر ترغیب نمایند که در حوزه ورزش فعالیت نمایند. در این رابطه می‌توان از مدیران موفق دیگر حوزه‌ها دعوت کرد و از تجربیات آنها به نحو احسن استفاده کرد.

منظور از پیامدها نتایجی است که از تعامل‌ها و راهبردها حاصل شده است. پیامدها می‌تواند شامل مجموعه عوامل یا توانمندی‌هایی باشد که همواره شرکت را به نشان دادن عملکردی بهتر از رقیب قادر می‌سازد. عملکرد بهتر وقتی رخ می‌دهد که یک شرکت در شاخصه یا ترکیبی از شاخصه‌ها به پیشرفت‌ها، توسعه‌ها و قابلیت‌هایی برسد که نسبت به رقیب برتری پیدا می‌کند؛ مانند دسترسی به منابع طبیعی، نیروی انسانی بسیار متخصص، تکنولوژی‌های صنعتی یا اطلاعاتی. به عبارت دیگر دست یافتن به ارزشی است که سازمان به مشتریان خود عرضه می‌کند، به نحوی که در آن زمان این ارزش توسط رقیب بالقوه و بالفعل عرضه نمی‌شود. وجود خیرین در ورزش می‌تواند مطالب گفته شده را به بار بیاورد. زمانی که ورزش در میان آحاد جامعه همه گیر شود بدون شک افراد کمتری به فعالیت‌هایی روی می‌آورند که تاثیرات مخربی بر جامعه دارد، و از میزان بزهکاری در جامعه کاسته خواهد شد. بازارهای جدیدی برای قشر جوان در جهت بازار کار سالم و کسب درآمد حلال به وجود می‌آید. همچنین مراکزی (فرهنگی، ورزشی و تفریحی) جهت گذراندن اوقات فراغت افراد ساخته می‌شود و درکل شاخص سلامتی جامعه بالاتر خواهد رفت.

همچنین بهتر شدن وضعیت مالی در بخش ورزش را جهت احیاء و بازسازی زیرساخت های ورزشی که یک توسعه پایدار است را به عنوان مهمترین پیامد در این حوزه می توان نام برد. در نهایت باید به این نکته اشاره کرد که پدیده اصلی حضور خیرین در صنعتی به نام ورزش است که با سلامتی جامعه و افراد سروکار دارد که اگر این حوزه پیشرفت کند تاثیرات آن را نه تنها در میان خانواده ها بلکه در سطح وسیعی از جامعه می توان شاهد بود.

کتابنامه

- پازاج، احمد. (Retrieved from <http://ardebil.msy.gov.ir/۱۳۹۲>)
- تسلیمی، زهرا. (۱۳۹۵). ارائه چارچوب تامین مالی فدراسیون های ورزشی با محوریت خودکفایی (مورد مطالعه: فدراسیون های دو و میدانی، شنا و ژیمناستیک). دولتی - وزارت علوم، تحقیقات، و فناوری - دانشگاه گیلان - دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی - Retrieved from <http://ganj->
- حسینی مقدم، محمد. (۱۳۹۶). روندهای جهانی، چشم اندازها، راهبردها و آموزه های ملی وقف علمی. مشهد: دانشگاه فردوسی مشهد.
- خانجانی، خاطره، کیانی، محمد مهدی، نیکوکاران، محمد حسین. (۱۳۹۵). بررسی مقایسه ای حوزه اقدامات خیرین سلامت استان یزد در طی سال های ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۲ Paper presented at the اولین همایش ملی خیر ماندگار (مطالعه و ارزیابی امور خیر در ایران- <https://www.civilica.com/Paper->
- ریاحی سامانی، نادر (۱۳۹۲). مأموریت دولت ها و نقش واقفین و خیرین در تأمین نیازهای جامعه. وقف میراث جاویدان، ۸۲(۲۱)، ۱۳۷-۱۴۸.
- سجادی، سید احمد (۱۳۹۳). آثار اجتماعی وقف اسلامی در ایران (۱). وقف میراث جاویدان، ۸۵(۲۲)، ۵۱-۸۶.
- عظیمی، محمد کاظم، محمدی، سردار. (۱۳۹۴). آشنایی با بازاریابی های جدید ورزشی (بازاریابی ورزشی خیرخواهانه، مطالعه موردی هیات ژیمناستیک استان کردستان Paper presented at the کنفرانس ملی دستاوردهای فن آورانه تربیت بدنی و علوم ورزشی ایران . <http://fa.seminars.sid.ir/ViewPaper.aspx?ID=19664>
- محمد پور، احمد. (۱۳۹۲). روش تحقیق کیفی ضد روش او ۲ مراحل و رویه های علمی در روش شناسی کیفی تهران انتشارات جامعه شناسان
- حسن شاهی، هانیه، قهرمان تبریزی، کوروش، شریفیان اسماعیلی. (۱۳۹۶). ارزیابی جایگاه وقف و امورخیریه ورزشی در بین واقفان استان کرمان Paper presented at the اولین همایش ملی دستاوردهای علوم ورزشی و سلامت دانشگاه علوم پزشکی آبادان <http://www.civilica.com/paper->lassh01-ssh01_221=امورخیریه ورزشی در بین واقفان استان کرمان

- Afrozeh, M. S., Afrouzeh, H., & Kameli, F. (2018). Identifying the Effective Factors of Donors and Endowment Attracting in Sport. *Sport Management Studies*, 9(46), 157-174. doi:10.22089/smrj.2017.4484.1865
- Anderson-Butcher, D. (2019). Youth sport as a vehicle for social development. *Kinesiology Review*, 8(3), 180-187.
- Bekkers, R. (2010). George gives to geology Jane: The name letter effect and incidental similarity cues in fundraising. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 15(2), 172-180.
- Bekkers, R., & Wiepking, P. (2011). Accuracy of self-reports on donations to charitable organizations. *Quality & Quantity*, 45(6), 1369-1383.
- Bunds, K. S., Brandon-Lai, S., & Armstrong, C. (2016). An inductive investigation of participants' attachment to charity sports events: The case of team water charity. *European Sport Management Quarterly*, 16(3), 364-383.
- Chiu, W., Lee, Y.-j., & Won, D. (2016). Bifactor analysis of motivation for charity sport event participation. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 13(1), 1-13.
- Creswell, J. W. (2005). Educational Research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research Pearson Education. *Upper Saddle River, NJ*.
- Filo, K., Spence, K., & Sparvero, E. (2013). Exploring the properties of community among charity sport event participants. *Managing Leisure*, 18(3), 194-212.
- Ghorbani Bahabadi, Z., & Amiresmaili, M. (2013). Role of Charities in the Health System: A Qualitative Study. *Journal of qualitative Research in Health Sciences*, 2(1), 1-10.
- 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. doi:10.22089/smrj.2017.916
- Inoue, Y., Heffernan, C., Yamaguchi, T., & Filo, K. (2018). Social and charitable impacts of a charity-affiliated sport event: A mixed methods study. *Sport Management Review*, 21(2), 202-218.
- Jiffer, M., & Roos, M. (1999). *Sponsorship: A way of communicating*: Ekerlids Förlag.
- Keshavarz, L., Farahani, A., Mousavi jahromi, Y., & Farazyani, F. (2016). Factors affecting the behavior of the private sector to invest in professional sports and a model. *Scientific Journal Of Organizational Behavior Management in Sport Studies*, 2(4), 45-56.
- Khadem, A. R. (2019). Identifying and Modeling Factors Affecting the Attraction of Charity Resources and Endowed with Women's Sports. *Strategic Studies On Youth and Sports*, 18(43), 303-319.
- Ko, Y. J., Rhee, Y. C., Walker, M., & Lee, J.-H. (2014). What motivates donors to athletic programs: A new model of donor behavior. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 43(3), 523-546.
- Lin, P.-Y., Grewal, N. S., Morin, C., Johnson, W. D., & Zak, P. J. (2013). Oxytocin increases the influence of public service advertisements. *PloS one*, 8(2), e56934.
- Madden, K. (2006). Giving and Identity: Why affluent Australians give—or don't—to community causes. *Australian Journal of Social Issues*, 41(1), 453-476.

- MASOODIPOOR, S., & Bagheri, N. M. (2018). The Prioritizing the key issues in the regulation of the relationship between the public sector and NGOs in the field of charities.
- Mirhashemi, z. s., & Sarhangian, m. (2015). Possibility of Using Waqf in Commercialization of Knowledge and Technology and A Proposal Model. *quarterly journal of fiscal and Economic policies*, 2(8), 63-82.
- mosadeghrad, a., & ehteshami, f. (2019). Explaining and Predicting Donors' Participation Behavior in Iranian Health System. *Hakim Health Systems Research Journal*, 22(4), 284-297.
- Pakdaman, M., Sari, M., Montazeralfaraj, R., & Fallahzadeh, H. (2019). Management Pattern of Health Benefactors' collaboration in Medical Sciences Universities of Iran. *Journal of Community Health Research*, 8(3), 164-176. doi:10.18502/jchr.v8i3.1567
- Salami, R., & Khatibi Aghda, A. (2015). The Challenges Faced by Technology Commercialization (Perspective of Participants at the Eighth National Inventions Exhibition). *Science and Technology Policy Letters*, 05(2), 77-87.
- Sargeant, A. (2001). Relationship fundraising: How to keep donors loyal. *Nonprofit Management and Leadership*, 12(2), 177-192.
- Sargeant, A. (2018). Relationship fundraising: How to keep donors loyal. *Nonprofit Management and Leadership*, 12(2), 177-192.
- Shabbir, H., Paliwadana, D., & Thwaites, D. (2009). Determining the antecedents and consequences of donor-perceived relationship quality—A dimensional qualitative research approach. *Psychology & Marketing*, 24(3), 271-293.
- Shapiro, S., & Giannoulakis, C. (2011). An exploratory investigation of donor constraints for former student-athletes. *International Journal of Sport Management*, 10(2), 1-19.
- Skinner, J., Edwards, A., & Corbett, B. (2014). *Research methods for sport management*: Routledge.
- Smith, S. R. (2016). *Nonprofit organizations and creating public value*. Paper presented at the Foundation paper for the conference entitled, "Creating Public Value in a Multi-Sector, Shared-Power World" at the Humphrey School of Public Affairs at the University of Minnesota.
- Taheri Demneh, M., & Heidari Darani, Z. (2018). Thinking in The Role of Waqf and Charity Affair in The Field of Science and Technology. *Science and Technology Policy Letters*, 08(1), 39-48.
- Thibaut, E., Eakins, J., Willem, A., & Scheerder, J. (2020). Financial barriers for sports consumption: the dynamics of the income–expenditure relation. *Sport, Business and Management: An International Journal*.
- Westerbeek, H. M., & Shilbury, D. (2010). A conceptual model for sport services marketing research: integrating quality, value and satisfaction. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 5(1).
- Wilson, B., Stavros, C., & Westberg, K. (2008). Player transgressions and the management of the sport sponsor relationship. *Public Relations Review*, 34(2), 99-107.

Won, D., Park, M., & Lee, Y.-j. (2013). Factors influencing college students' choice of a charity sport event. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 23(1), 41-54.

