

طراحی مدل کیفی عوامل مؤثر بر جذب خیرین ورزش دانشجویی کشورعلی یعقوبی^۱، محمد پورکیانی^۲، فرشاد امامی^۳، سیدحسین علوی^۴

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد آیت الله آملی، دانشگاه آزاد اسلامی، آمل، ایران
۲. استادیار دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
۳. استادیار گروه مدیریت ورزشی، واحد آیت الله آملی، دانشگاه آزاد اسلامی، آمل، ایران
۴. استادیار گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشکده فنی و حرفه‌ای محمودآباد، دانشگاه فنی و حرفه‌ای، مازندران، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۶/۲۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۳/۲۵

چکیده

پژوهش حاضر با هدف طراحی مدل کیفی عوامل مؤثر بر جذب خیرین ورزش دانشجویی کشور اجرا شده است. روش تحقیق به شیوه کیفی و مبتنی بر نظریه پردازی داده بنیاد است. برای جمع آوری داده‌ها از روش مصاحبه نیمه ساختار یافته استفاده شد. تجزیه و تحلیل اطلاعات به روش اشتراک و کوربین (۱۹۹۸) انجام گرفت. جامعه آماری پژوهش شامل ۱۵ نفر از صاحب‌نظران و خبرگان کلیدی شامل اساتید دانشگاهی و مدیران اجرایی ورزش دانشگاهی کشور بودند و به روش نمونه گیری هدفمند انتخاب شدند. در تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از تکنیک کدگذاری باز، ۷۳ مفهوم اولیه تعیین شد. با دسته‌بندی این مفاهیم ۵۸ مقوله فرعی شکل گرفت. در مرحله کدگذاری محوری، پیرامون ۲۰ مقوله اصلی دسته‌بندی صورت گرفت. در قالب مدل پارادایمی، شرایط علی (باورهای دینی، وظیفه اجتماعی، نگرش خیرین، نوع دوستی، فرهنگ خیریه در ورزش دانشگاهی)، شرایط زمینه‌ای (نیازهای اجتماعی، همواربودن مسیر، حس اعتماد)، شرایط مداخله‌گر (جذابیت و کسب منافع)، مقوله محوری (رفتار خیرانه در ورزش دانشجویی)، راهبردها (سازماندهی، فعالیت رسانه ای، فعالیت بازاریابی، تدوین راهبرد عملیاتی، رویدادهای خیریه)، پیامدها (کمک به دولت، سلامت و تندرستی دانشجویان، تأثیر ورزش دانشجویی بر کشور، توسعه پایداری در ورزش دانشجویی) شناسایی شدند. پیشنهاد می‌گردد با فرهنگ سازی برای توسعه ورزش دانشگاهی و قدردانی از خیرین در رسانه های ملی و دانشگاهی و سمینارها، همکاری آنها را برای ورزش دانشگاهی نگه دارند.

واژگان کلیدی: جذب خیرین، ورزش دانشجویی، رفتار خیرانه، ورزش دانشگاهی، راهبردها.

1. Email: a_yaghobi36@yahoo.com
2. Email: m.pourkiani46@gmail.com
3. Email: f_emami2007@yahoo.com
4. Email: s_h_alavi2003@yahoo.com

مقدمه

ورزش دانشجویی به عنوان بخشی از فرآیند ورزش تعلیم و تربیتی، در پی آن است که با فراهم آوردن زمینه‌های لازم و ایجاد محیط و فرصت مناسب، کلیه 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، ۲۰۱۴؛ احمدیان و همکاران، ۲۰۱۹)؛ همچنین بخش مهمی از اهداف بلند مدت توسعه ملی، در بخش ورزش و جوانان است (منافی و همکاران، ۲۰۱۷).

توسعه تربیت بدنی و ورزش به عنوان زمینه ساز تأمین و تربیت نیروی انسانی سالم و تندرست، بخشی از برنامه‌های توسعه ملی به شمار 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 دارا است (برنامه توسعه ورزش دانشگاه‌ها، ۲۰۱۶). ارائه خدمات ورزشی مختلف به دانشجویان، نیازمند وجود مأموریتی مشخص برای ورزش دانشجویی و نیز آماده سازی چشم اندازی شفاف در افق زمانی مشخص است. برای ارائه بهتر این خدمات نیازمند تأمین پشتوانه مالی و بودجه اختصاصی است که به علت گستردگی تعداد دانشگاه‌ها و شمار زیاد دانشجویان، سرانه اختصاص یافته (کمتر از ۱ متر برای هر نفر) است (علیزاده، ۲۰۱۷). در شرایط کنونی اوضاع صنعت ورزش ایران، به کار بردن فعالیت‌های بازاریابی از قبیل جذب حمایت‌های مالی با هدف پیشبرد پروژه‌های ورزشی ضروری است (افشاری و همکاران، ۲۰۱۸). یکی از راه‌های تأمین بودجه کافی جهت انجام فعالیت‌های ورزشی، استفاده از حمایت‌های مالی است که از مهم‌ترین منابع درآمدی در ورزش امروزی است (صادقی و همکاران، ۲۰۱۲).

احسان و نیکوکاری بخش مهمی از فرهنگ مردم مسلمان به شمار می‌آید و گستردگی صدقه، وقف و ... در کشورهای اسلامی نشان از اهتمام تاریخی مسلمانان به امور خیریه و نیکوکاری است (حسن زاده سروستانی و همکاران، ۲۰۱۸). 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. در اصل، مردم آن طرح‌هایی را تأمین مالی می‌کنند که نسبت به آن‌ها مشتاق هستند و درگیری عاطفی پیدا می‌کنند (بوتیگلیا، ۲۰۱۶). خیرین با توجه به نقش محوری ورزش در توسعه سلامت به حمایت از آن می‌پردازند زیرا مشارکت و حمایت از ورزش به عنوان یک مفهوم بر سلامت جامعه اثرگذار است (روا، ۲۰۱۹). نکته مهم در مورد خیرین ورزشی

-
1. Bottiglia
 2. Rowe

که بحث برانگیز است درگیری عاطفی آنها است. این درگیری عاطفی می‌تواند تأثیرات منفی بر ورزش و احتمالاً بر منافع خارجی آن داشته باشد (پلوسو^۱ و همکاران، ۲۰۱۹). از عوامل موجود می‌توان به فقدان قابلیت پذیرش در میان خیرین، فقدان نقدینگی، محدودیت زمانی را به عنوان عوامل مهم تأثیرگذار در مشارکت خیرین و از عوامل مثبت می‌توان اجتماعی، تبلیغات، قدردانی، وجهه شخصیتی و جوایز و انگیزه دادن به خیرین در ورزش نام برد. بر اساس این موضوعات، مدیران رویدادهای ورزشی می‌توانند در جذب خیرین و کمک‌های مالی موفق باشند (فیلو^۲ و همکاران، ۲۰۱۹). رویداد ورزشی به عنوان یک استراتژی (تعهد، شناسایی و اعتماد) تأثیر قابل توجهی بر جذب خیرین دارد؛ همچنین این نتایج مدیران ورزشی را با ابزار بهبود ورزش از نظر مالی و معنوی همچنین ارتباطات بازاریابی ورزشی آشنا می‌کند (ابراهیم و المرشد^۳، ۲۰۱۴).

در راستای اجرای سیاست‌های توسعه ورزش همگانی کشور اهمیت ایجاد تفکر استراتژیک و تدوین برنامه راهبردی مؤثر برای تحقق اهداف از پیش تعیین شده بر هیچ کس پوشیده نیست (احمدیان جلوداری، ۲۰۱۸). سالانه بخش چشم‌گیری از منابع مادی و معنوی در امر ورزش صرف می‌شود اما باید اذعان کرد متأسفانه اولویت بندی دقیقی در ورزش کشور وجود ندارد و اصولاً برنامه مناسبی برای توسعه ورزش مورد توجه نیست (رشید لمیر و همکاران، ۲۰۱۳). بیشترین حمایت از ورزش کشور را دولت و منابع مالی دولتی بر عهده دارند که به دلیل کاهش سرمایه دولت برای سرمایه‌گذاری در ورزش، پاسخگوی نیاز ورزش کشور نیست (سید باقری و شریفیان، ۲۰۱۷). در نتیجه، سازمان‌های مختلف که مسئولیت ورزش کشور را بر عهده دارند قادر نخواهند بود با اتکا به بودجه دولتی نیازهای خود را تأمین کنند (فائد^۴، ۲۰۰۷).

ورزش دانشجویی نیز از این امر مستثنی نیست، زیرا 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، ۲۰۱۵؛ احمدیان جلوداری و همکاران، ۲۰۱۹). حوزه ورزش و احداث فضاهای ورزشی نیازمند ورود خیرین و کمک آنها به دولت است و هدایت جوانان به عرصه‌های ورزشی منجر به توسعه پایدار و تأمین سلامت و آرامش جامعه می‌شود (آرامی، ۲۰۱۲).

-
1. Peluso
 2. Filo
 3. Ibrahim
 4. Faed

در کشور ایران نخبگان مدیریت ورزش به ویژه در بخش دانشگاهی، گردهمایی در قالب انجمن‌ها و نهادهای مستقل رسمی را راه تحول و تعالی ورزش دانشگاهی و عاملی برای ایفای نقش مؤثرتر در مواجهه با مسائل اجتماعی یافته‌اند (پورسلطانی زرنندی و همکاران، ۲۰۱۶). در همین راستا، یکی از برنامه‌های راهبردی اداره کل تربیت بدنی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری توسعه فرهنگ مشارکت خیرین در ساخت اماکن ورزشی دانشگاهی و جذب حامیان مالی تیم‌های ورزشی دانشگاه (نصیرزاده، ۲۰۱۸)، جهت توسعه فضاهای ورزشی است. با توجه به نیاز کشور به امر سرمایه‌گذاری در زمینه ورزش و محدودیت‌های مالی در این خصوص افراد خیر می‌توانند نقش بسزایی در توسعه اماکن و تجهیزات ورزشی کشور ایفا نمایند (حسن شاهی و همکاران، ۲۰۱۷). بیشترین حمایت از ورزش کشور را دولت و منابع مالی دولتی بر عهده دارند که به دلیل کاهش سرمایه دولت برای سرمایه‌گذاری در ورزش، پاسخگوی نیاز ورزش کشور نیست (سیدباقری و شریفیان، ۲۰۱۷). نقش مهم حامیان مالی و خیرین در کمک به توسعه بخش‌های مختلف کشورها کاملاً آشکار است و خیرین و واقفین در این زمینه جایگاه ویژه‌ای پیدا کرده‌اند. استفاده از کمک‌های خیرین به عنوان راهی برای توسعه بخش‌های مختلفی که دولت به تنهایی قادر به تأمین هزینه‌های آنها نیست تبدیل شده است.

پژوهشگران بر این باور هستند که ورزش و فعالیت‌های مرتبط با آن برای جمع آوری اعانه و امور خیریه داوطلبانه، بسیار جذاب است؛ زیرا فرصتی برای شرکت در دو امر مهم (ورزش و امور خیریه) به صورت همزمان فراهم می‌آورد (وود^۱ و همکاران، ۲۰۱۰؛ حیدری فرد و شریفیان، ۲۰۱۷). اهمیت نقش خیرین هنگامی آشکارتر می‌شود که می‌بینیم در کشوری در حال توسعه زندگی می‌کنیم که علاوه بر انقلاب، جنگ تحمیلی و تحریم اقتصادی بین‌المللی، تحولات درونی شگرفی در فرهنگ و جامعه را تجربه می‌کند. کشورهای صنعتی پیشرفته که هیچ یک از این مشکلات در گذشته نزدیک نداشته‌اند، نیاز فراوانی به خیرین دارند (با وجود اینکه تعداد مؤسسات خیریه در آنها و ارقامی که هزینه می‌شود، بسیار بیشتر از کشور ما است)؛ لذا، باید بدانیم که این موضوع، خاص کشور ما و یا شرایط تاریخی ما نیست و در این حیطه، نیاز به امور خیریه بسیار متنوعی احساس می‌شود (حیدری فرد و شریفیان، ۲۰۱۷). بدین منظور و در جهت پیشرفت و تعالی نظام آموزش عالی و کمک به گسترش زیرساخت‌های علم و فناوری کشور و کاستن وابستگی دانشگاه‌ها، مراکز پژوهشی و پارک‌های علم و فناوری به بودجه عمومی، بهره‌مندی از ظرفیت نیکوکاران، خیرین و دوست داران دانش و حامیان مردمی آموزش عالی، از اولویت‌های وزارت علوم، تحقیقات و فناوری است (ستاد خیرین وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، ۲۰۱۸). با توجه به اینکه توافق جامعی در زمینه مفهوم

1. Wood

سازی انگیزه‌های خیرین در ورزش وجود ندارد؛ این اختلال مفهومی، همراه با فقدان ابزارهای روان‌سنجی صحیح، مانع از درک این انگیزه‌های در ورزش دانشگاهی است (کو^۱ و همکاران، ۲۰۱۴)؛ با توجه به آنچه اشاره شد، نقش تعیین‌کننده منابع علمی در جهت‌گیری جذب حامیان مالی و خیرین در ورزش دانشجویی، اجرای تحقیق حاضر از اهمیت و ضرورت بسزایی برای بهبود وضعیت جذب خیرین ورزشی برخوردار است. عوامل مختلفی در عدم توجه خیرین و مشارکت‌کنندگان به حوزه ورزش دانشجویی تأثیرگذار است که در این پژوهش سعی بر این است تا دلایل عدم مشارکت مردم، موانع مشارکت مردمی در حوزه ورزش دانشجویی از دیدگاه خیرین و مدیران ورزش دانشگاه-های کشور شناسایی گردد و راهکارهای عملی جهت برنامه‌ریزی‌های جامع و اصولی به منظور جذب مشارکت‌های خیرین و حامیان مالی ارائه گردد. زیرا تمرکز بر ارتقاء اثربخشی و کارایی که جزو اهداف سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴ بوده و ایران را کشوری توسعه یافته توصیف کرده است؛ لذا به نظر می‌رسد با توجه به مطالب بیان شده، اداره کل تربیت بدنی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری که به عنوان نهاد متصدی ورزش دانشجویی در کشور سیاست‌های جامع ورزش دانشگاه‌های کشور را ترسیم می‌نماید، تاکنون نتوانسته راهبردهای مطلوبی در زمینه جذب حامیان مالی و خیرین ورزش دانشجویی طراحی و تدوین نماید. حال این پرسش به‌وجود می‌آید که چه مدلی در جذب حامیان مالی و خیرین ورزشی مؤثر است و همچنین از چه ابزارهای تشویقی می‌توان در ترغیب حامیان مالی و خیرین برای حمایت از ورزش دانشجویی کشور استفاده کرد؟ انگیزه حامیان مالی و مدل‌ها و طرح‌های قابل پذیرش جهت تأمین مالی توسط خیرین و حامیان مالی چیست؟ اکنون آنچه در اینجا اهمیت پیدا می‌کند حمایت از ورزش دانشجویی کشور است که حامیان و خیرین به عنوان مخاطبین آن و دانشجویان ورزشکار و ورزش دانشجویی به عنوان بهره‌مندان از این حمایت معرفی می‌شوند. بنابراین مطالعه در خصوص طراحی الگوی جذب حامیان مالی و خیرین در ورزش دانشجویی لازم است. یافته‌های تحقیق حاضر به مدیران ورزشی دانشگاه-های کشور این امکان را خواهد داد تا برای اتخاذ سیاست‌های جذب حامیان مالی و خیرین 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. این امر در شرایط کنونی کشور و توسعه اقتصاد مقاومتی اهمیتی انکارناپذیر در بقاء و پویایی ورزش دانشجویی کشور دارد. با توجه به آنچه اشاره شد، نقش تعیین‌کننده منابع علمی در جهت‌گیری جذب حامیان مالی و خیرین در ورزش

دانشجویی، اجرای تحقیق حاضر از اهمیت و ضرورت بسزایی برخوردار است. بنابراین هدف اصلی از تحقیق حاضر طراحی مدل کیفی عوامل مؤثر بر جذب خیرین ورزش دانشجویی کشور مبتنی بر نظریه پردازی داده بنیاد بود.

روش پژوهش

در تحقیق حاضر از پارادایم تحقیق کیفی استفاده شده است. از دلایل لزوم انجام تحقیق کیفی، می توان به این نکته اشاره کرد که روش های کیفی می توانند جزئیات دقیق تری از پدیده هایی که آرایه آنها به روش های کمی مشکل است، بدست دهند. از بین روش های مختلف کیفی از نظریه داده بنیاد اشتراس و کوربین استفاده شد. نظریه برخاسته از داده ها این امکان را فراهم می کند که پژوهشگر به چارچوب های نظری قبلی بسنده نکند و به فهم نظریه ای حاصل آمده از تجربه واقعی در یک موقعیت خاص نائل آید. در روش داده بنیاد توسعه تئوری از بستر داده های به دست آمده از مطالعاتی که فرآیند را تجربه کرده اند، حاصل می گردد. روش نمونه گیری از نوع نمونه گیری مطالعات کیفی می باشد که به روش و با استفاده از معیار اشباع نظری نسبت به نمونه گیری از جامعه آماری انجام شد. این روش تا وقتی که داده های بدست آمده تکراری باشند و اطلاعات بیشتری بدست نیاید ادامه پیدا می کند که اصطلاحاً به آن شاخص اشباع نظری گفته می شود. مشارکت کنندگان این پژوهش، ۱۵ نفر از صاحب نظران کلیدی شامل اساتید دانشگاهی و مدیران اجرایی ورزش دانشگاهی کشور با حداقل سابقه اجرایی ۱۵ سال در زمینه ورزش دانشجویی بودند که در جدول (۱) مشخص شده اند و به روش نمونه گیری هدفمند انتخاب شدند. معیار انتخاب مصاحبه شوندهگان، برخورداری از آثاری در ارتباط با سؤال پژوهش بوده است و با توجه به اینکه اطلاعات کاملی از فهرست این افراد موجود نبود، برای جمع آوری داده ها نیز از روش مصاحبه نیمه ساختار یافته استفاده شده است. انعطاف پذیری و عمیق بودن از ویژگی های بارز آن و مناسب پژوهش های کیفی است.

جدول ۱- مشخصات اعضای نمونه

نوع ارتباط با پدیده محوری پژوهش	تعداد افراد	تعداد مصاحبه
مدیران ارشد ورزش دانشگاهی	۵	۵
اعضای هیئت علمی دانشگاه در زمینه تحقیق	۸	۱۰
مدیران مطلع با فعالیت های خیرین	۲	۲
جمع	۱۵	۱۷

1. Grounded Theory

کرسول^۱ (۲۰۰۲)، سه رویکرد جداگانه در نظریه پردازی داده بنیاد با عناوین نظام‌مند، نوظهور و ساخت‌گرا معرفی کرده است. در این مطالعه متناسب با هدف پژوهش از روش نظام‌مند استفاده کرده‌ایم که با توجه به سایر روش‌ها، تجویزی‌تر است و راهکارهای منتخب در نظریه پردازی داده بنیاد، بر ضرورت استفاده چندگانه به منظور تحلیل داده‌ها کمک می‌کند که عبارتند از: کد گذاری باز^۲، محوری^۳ و گزینشی^۴ که در پایان بر ارتقا یک الگوی پارادایمی یا یک تصویر واضح از الگوی شده تأکید می‌شود (ساغروانی و همکاران، ۲۰۱۴). در کدگذاری باز، داده‌ها شکسته می‌شوند. سپس، به لحاظ مفهومی گروه‌بندی می‌شوند و مقوله‌ها و ویژگی‌های آنها تولید می‌شوند. در این مرحله از کدگذاری، گردآوری آزاد داده‌ها تا زمانی ادامه پیدا می‌کند که اثرهای مقوله محوری نمودار شود. کدگذاری انتخابی نیز به معنی محدود کردن کدگذاری به آن دسته از متغیرهایی است که مربوط به متغیر محوری هستند. به عبارتی، زمانی که مقوله محوری نمودار شد، کدگذاری انتخابی آغاز می‌شود و مصاحبه‌ها در جهت متغیر محوری کدگذاری می‌شوند (حسین‌پور و همکاران، ۲۰۱۹). نظریه برخاسته از داده‌ها رویه‌ای را برای توسعه مقوله‌های اطلاعاتی (کدگذاری باز)، توسعه مقوله‌ها (کدگذاری محوری) و ارائه یک داستان برای مرتبط ساختن مقوله‌ها با یکدیگر (کدگذاری گزینشی) آماده می‌کند و با مجموعه‌ای از قضیه‌های تئوریک و استدلالی به پایان می‌رسد. به منظور ارائه یک مدل نظام مند و شماتیک از یافته‌های برخاسته از داده‌های کدگذاری شده، سعی شد از مدل پارادایمی^۵ پیشنهاد شده توسط اشتراس و کوربن (۱۹۹۸) استفاده شود.



شکل ۱- مدل پارادایمی اشتراس و کوربن (۱۹۹۸)

1. Creswell
2. Open Coding
3. Axial Coding
4. Selective Coding
5. Logic Paradigm

نتایج

با استفاده از تکنیک کدگذاری باز، ۷۳ مفهوم اولیه تعیین شد که با دسته‌بندی این مفاهیم ۵۸ مقوله فرعی شکل گرفت و در مرحله کدگذاری محوری، پیرامون ۲۰ مقوله اصلی دسته‌بندی صورت گرفت. چگونگی تحلیل و نام گذاری مفاهیم، دسته بندی و کشف ویژگی‌ها و ابعاد آنها در داده‌ها از طریق انجام مقایسه‌ای مداوم است. با استفاده از روش تحلیل سطر به سطر بررسی، مفهوم پردازی، مقوله‌بندی بر اساس مشابهت، ارتباط مفهومی و خصوصیات مشترک بین کدهای باز، مفاهیم و مقولات (طبقه‌ای از مفاهیم) مشخص شدند و در نهایت ۷۳ کد استخراج گردید. در ادامه مقوله‌های مربوط به شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، پدیده محوری، راهبردها و پیامدهای مربوط ارائه شده است.

شرایط علی رویدادهایی را در بر می‌گیرد که به وقوع یا رشد و گسترش پدیده‌ای می‌انجامد. شرایط علی شرایط پیشگام نیز خوانده می‌شود و اغلب می‌توان با توجه به پدیده محوری و نگاهی منظم به داده‌ها، اتفاقاتی که از نظر زمان بر پدیده مورد نظر مقدم است، شرایط علی را مشخص کرد. این شرایط در جدول (۲) مشخص شده‌اند.

جدول ۲- کدهای باز و مقوله‌های مربوط به شرایط علی

مفهوم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
۳ ۴ ۵	اخلاق اسلامی	باورهای دینی
	فرهنگ اسلامی	
	باور اسلامی	
	گرایش‌های معنوی	
۶ ۷ ۸	همدلی اجتماعی	وظایف اجتماعی
	خیرخواهی اجتماعی	
	تعاون عمومی	

اعمال خیرانه به عنوان یکی از مفاهیم اخلاقی در اسلام به حساب می‌آید و همین موضوع می‌تواند یکی از عواملی باشد که افراد رفتارهای خیرانه از خود نشان دهند
 کارهای خیرانه همیشه به عنوان یک فرهنگ در جامعه اسلامی مطرح بوده است و افراد با توجه به این سنت و فرهنگ اسلامی در امور خیریه مشارکت می‌کنند
 وجود باورهای اسلامی در بین خیرین می‌تواند به عنوان عاملی جهت مشارکت افراد و خیرین در ورزش دانشگاهی باشد
 اعتقاد به پاداش معنوی و اخروی در پی فعالیت‌های خیرانه داشتن اخلاقیات و روحیات معنوی می‌تواند به عنوان عاملی تأثیرگذار بر رفتار خیران باشد
 اینکه خیرین خود را همانند دانشجویان تصور کنند و یا دانشجویان را به مثابه خانواده خود ببینند و نسبت به نیازهای ورزشی آنان در محیط دانشگاه آگاه باشند
 خیرخواهی و تأمین خدمات بیشتر برای جامعه ورزش دانشگاهی
 حس همیاری و تعاون عمومی توسط داوطلبین و خیرین ورزش دانشگاهی

ادامه جدول ۲- کدهای باز و مقوله‌های مربوط به شرایط علی

مفاهیم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
<p>نگرش تأثیر ورزش بر سلامت اگر خیرین این نگرش را داشته باشند که توسعه ورزش دانشگاهی موجب کاهش ناهنجاری در بین دانشجویان می‌شود احتمالاً علاقه مند به فعالیت در این زمینه پیدا خواهند کرد تقویت نگرش خیرین نسبت به اهمیت ورزش در بین دانشجویان می‌تواند بر رفتارهای آنان تأثیرگذار باشد تقویت نگرش خیرین در خصوص نیازمندی ورزش دانشگاهی کشور به اماکن ورزشی، تجهیزات و ... احتمالاً بر تقویت فعالیت‌های آنان در ورزش دانشگاهی تأثیرگذار است احساس سودمندی شخصی خیرین و داوطلبان ورزش دانشگاهی با انجام فعالیت‌های داوطلبی ایجاد نگرش به این موضوع که ورزش در بین دانشجویان می‌تواند از بسیاری از آسیب‌های اجتماعی پیشگیری نماید می‌تواند انگیزه‌ای برای ورود خیرین در توسعه ورزش دانشگاهی باشد</p>	نگرش تندرستی	<p>نگرش خیرین</p>
	نگرش در تأثیر گذاری	
	تقویت نگرش	
	حس سودمندی	
<p>در شرایط و جامعه‌ای که توجه به هم نوع به عنوان ارزش مطرح باشد فعالیت‌های خیرانه نیز بروز خواهد داشت علاقه خیرین به ورزش و دانشگاه علاقه‌مندی به دانشجویان و سلامت و تندرستی آنان توسط خیرین می‌تواند به عنوان یکی از عوامل کمک‌های خیرانه نامیده شود روحیه و فرهنگ خیریه و نیکوکاری در حوزه ورزش و دانشگاه فرهنگ مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی و خیرانه</p>	توجه به هم نوع	<p>نوع دوستی</p>
	علاقه به ورزش و دانشگاه	
	علاقه به دانشجویان	
<p>فرهنگ خیریه و نیکوکاری در حوزه ورزش و دانشگاه فرهنگ مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی و خیرانه</p>	فرهنگ خیرخواهی	<p>فرهنگ خیریه در ورزش دانشگاهی</p>
	فرهنگ مشارکت	

پدیده محوری، مقوله‌ای محوری است که همواره در داده‌ها ظاهر شود و تمامی مقوله‌های اصلی دیگر به آن ربط پیدا کنند. نام مقوله محوری بایستی متناسب با موضوع مطالعه انتخاب شود. پدیده مورد نظر باید محوریت داشته باشد؛ به این معنی که تمام مقوله‌های دیگر بتوانند به آن ارتباط داده شوند و به تکرار در داده‌ها نمایان شوند. به این مفهوم که تقریباً در همه موارد نشانه‌هایی وجود دارند که به آن مفهوم اشاره می‌کنند، توضیحی که به تدریج با ارتباط بین مقوله‌ها رشد پیدا می‌کند، منطقی و محکم است و هیچ گاه داده‌ای به زور استخراج نمی‌شود. در جدول (۳) کدهای باز و مقوله‌های مربوط به رفتار خیرانه در ورزش دانشگاهی مشخص شده است.

جدول ۳- کدهای باز و مقوله‌های مربوط به پدیده محوری

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفاهیم
محوری پدیده	رفتار داوطلبی	حضور داوطلبانه برای برگزاری کلاس‌های آموزشی، رویدادهای و ... در ورزش دانشگاهی می‌تواند به عنوان یک رفتار و فعالیت خیرخواهانه تعریف شود افرادی که به صورت داوطلبانه و خیرانه وقت و زمان خود را به کمک در فعالیت‌های ورزش دانشگاهی قرار می‌دهند
	توسعه تجهیزات ورزش دانشگاهی	توسعه تجهیزات برای انجام ورزش‌های مورد علاقه دانشجویان در فضای خوابگاهی و دانشگاهی می‌تواند مصداقی از رفتارهای خیرانه باشد
	رفتار خیرانه در ورزش دانشگاهی	ایجاد و توسعه فیزیکی سالن‌ها و اماکن ورزشی در خوابگاه‌ها و دانشگاه‌ها برای انجام فعالیت‌های ورزشی دانشجویان دختر و پسر
	توسعه اماکن ورزش دانشگاهی	ایجاد تخفیف‌های خرید البسه و تجهیزات ورزشی برای دانشجویان و یا تخفیف جهت استفاده از استخرها و فضاهای ورزشی برای دانشجویان می‌تواند به عنوان رفتار خیرانه قرار گیرد
	حمایت مالی	حمات مالی از برگزاری رویدادهای ورزش دانشگاهی در سطح استانی و کشور حمایت مالی در اعزام تیم‌های ورزشی دانشگاهی به رویدادهای بین‌المللی دانشگاهی حمایت مالی به صورت مستقیم در برگزاری اردوهای مربوط به ورزش دانشجویی

شرایط زمینه‌ای که به مقوله‌های زمینه‌ای نیز شناخته می‌شود، نشانگر عواملی از شرایط محیطی است که راهبرد را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

پژوهش‌گاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

جدول ۴- کدهای باز و مقوله‌های مربوط به شرایط زمینه‌ای

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفاهیم
شرایط زمینه‌ای	نیازهای اجتماعی	خیریه در ورزش دانشگاهی می‌تواند به عنوان یکی از برنامه‌ها و رفتارهای برآورده ساختن نیازهای جامعه تلقی گردد ورزش دانشگاهی و ارتقا آن می‌تواند منجر به کاهش آسیب‌های اجتماعی در بین دانشجویان شود و این موضوع بر ذهنیت خیرین ورزشی نقش دارد توجه به تعاون و فعالیت‌های گروهی در انجام رفتارهای خیران و داوطلبان حوزه ورزش دانشگاهی می‌تواند تأثیرگذار باشد اینکه تعدادی از افراد خیر بتوانند به صورت جمعی و گروهی مشارکت و فعالیت داشته باشند می‌تواند عامل تأثیرگذار در ورود افراد خیر در ورزش دانشگاهی باشد
	جمع‌گرایی	
شرایط زمینه‌ای	هموار بودن قانونی و حقوقی	هموار بودن مسیر اقدامات خیرانه در ورزش دانشگاهی به لحاظ قانونی و حقوقی نسبت به سایر حوزه‌های وقف
	اعتماد به کارگزاران ورزش دانشگاهی	اعتماد خیرین به کارگزاران ورزش دانشگاهی مبنی بر این که کمک‌های آنان صرفاً در تجهیز و توسعه ورزش دانشگاهی کشور هزینه خواهد شد
	اعتماد به اهداف	اطمینان و اعتماد نسبت به اینکه رفتار خیرانه توسط موسسات غیرانتفاعی و افراد خیر به سلامت و تندرستی دانشجویان کشور منتج خواهد شد

شرایط مداخله‌گر که به مقوله‌های میانجی هم معروف است، بیانگر عواملی از شرایط خاص است که راهبرد را تحت تأثیر قرار می‌دهد. شرایط مداخله‌گر به جرح و تعدیل عوامل علی می‌پردازد و بر راهبرد با واکنش‌های متقابل اثر می‌گذارد. شرایط مداخله‌گر در راستای تسهیل یا محدودیت با راهبرد در زمینه خاص مورد نظر عمل می‌کنند.

جدول ۵- کدهای باز و مقوله‌های مربوط به شرایط مداخله‌گر

مفاهیم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
شرایط مداخله‌گر	جذابیت خیریه در ورزش	جذابیت
	جذابیت فعالیت‌های داوطلبانه و خیرانه اجتماعی احتمالاً یکی از عوامل تأثیرگذار بر بروز مشارکت‌های خیرانه است	جذابیت مشارکت اجتماعی
	ایجاد امتیازات و تخفیف‌های مالیاتی به خیرین فعال در ورزش دانشگاهی کشور می‌تواند به‌عنوان یکی از انگیزه‌های خیرین باشد	امتیازهای مالیاتی
	افرادی که به‌عنوان داوطلب در برگزاری رویدادهای ورزش دانشگاهی و برگزاری دوره‌های آموزشی و ... مشارکت می‌کنند این فعالیت‌ها را فرصت مناسبی برای کسب تجربه می‌دانند	کسب تجربه
	اینکه خیرین به صورت آشکار در ورزش دانشگاهی ورود کنند و مورد توجه اجتماعی قرار گیرند و به‌عنوان خیر جایگاه اجتماعی کسب کنند می‌تواند تأثیرگذار باشد	کسب جایگاه اجتماعی
	کسب امتیازات و تسهیلات مادی و معنوی برای داوطلبین و خیرین ورزش دانشگاهی	کسب تسهیلات
	کسب رضایت درونی از حضور در فعالیت‌های داوطلبانه و خیرانه احتمالاً بر رفتارهای خیرانه تأثیرگذار خواهد بود	کسب رضایت درونی

مقصود از انجام راهبردها، اداره کردن و به انجام رساندن و محقق کردن بهتر پدیده مورد نظر در راستا و زمینه حاکم است. این راهبردها به شکلی دقیق انتخاب می‌شوند و به علتی صورت می‌گیرند. بنابراین، با بهره‌گیری از راهبردها می‌توان به پدیده محوری جامه عمل پوشاند. همچنین راهبردها نشان دهنده مجموعه‌ای از ارتباطاتی می‌شود که کنشگران در آن شرایط خاص از خود نشان می‌دهند. در واقع، مسیر کنش‌ها در پاسخ به رویدادها و موقعیت‌های خاص هم‌راستا با پدیده محوری اتفاق می‌افتد.

جدول ۶- کدهای باز و مقوله‌های مربوط به راهبردها

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفاهیم
سازماندهی	سازماندهی مراکز خیریه	اینکه رفتارهای خیرانه در ورزش دانشگاهی به صورت یک سازمان ایجاد شود که تمام برنامه‌ریزی‌های ورزش دانشگاهی در آن صورت پذیرد باعث تسهیل در رفتارهای خیرین در این حوزه خواهد شد.
	ایجاد ارتباط سازمانی	برقراری ارتباط مسئولین ورزش دانشگاهی کشور با سازمان‌هایی که امور خیریه را در دست دارد می‌تواند تا حدودی توجه خیران را به فعالیت در ورزش دانشگاهی جلب نماید.
	ایجاد بخش مشارکت‌های خیرین	ایجاد بخشی در ورزش دانشگاهی مرتبط با امور خیران و مشارکت‌های آنان احتمالاً می‌تواند تأثیر مناسب و خوبی به منظور جذب خیرین به ورزش دانشگاهی داشته باشد
	سازماندهی مراکز غیر انتفاعی	سازماندهی مراکز غیرانتفاعی برای برنامه ریزی و هدایت داوطلبان و خیرین علاقه مند به فعالیت‌های خیریه در سطح ورزش دانشگاهی می‌تواند به عنوان یک راهبرد عمل نماید
فعالیت رسانه‌ای	تبلیغات رسانه ای	تبلیغ رفتارهای خیرانه در رسانه‌ها و به طور خاص در تلویزیون احتمالاً می‌تواند توجه خیرین را به ورزش دانشگاهی معطوف نماید آگاهی از نیاز به حضور خیرین و فعالان در حوزه ورزش دانشگاهی توسط رسانه‌ها
	آگاهی رسانی	نحوه مشارکت خیرین در ورزش دانشگاهی می‌تواند از طریق رسانه‌ها آگاهی رسانی شود معرفی نیازهای ورزش دانشگاهی کشور که با مشارکت خیرین می‌تواند مرتفع شود
	تجلیل رسانه- ای	تجلیل رسانه‌های کشور از خیرین فعال در ورزش دانشگاهی می‌تواند باعث ایجاد انگیزه در افراد خیر و سایر افراد برای حضور در محیط ورزش دانشگاهی شود ارج نهادن به افراد پیش قدم در رفتارهای داوطلبانه و خیرانه ورزش دانشگاهی می‌تواند موجب استمرار و تشویق آنان به رفتارهای خیرانه آتی شود

ادامه جدول ۶- کدهای باز و مقوله‌های مربوط به راهبردها

مفاهیم	مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفاهیم
راهبردها	فعالیت بازاریابی	بازاریابی ارتباطی	ایجاد ارتباط مؤثر مسئولین ورزش دانشگاهی با خیرین می‌تواند موجب ورود و فعالیت خیرین در ورزش دانشگاهی شود فراهم سازی بستر مناسب و مبتنی بر بازاریابی ارتباطی احتمالاً می‌تواند موجب بهبود اعتماد خیرین مبنی بر مشارکت خیرانه در ورزش دانشگاهی شود فعالیت‌های بازاریابی بایستی مبتنی بر طبقه بندی جامعه هدف یا همان مشارکت کننده گان و خیرین باشد تا متناسب با هر گروه تبلیغات صورت پذیرد
		طبقه بندی جامعه هدف	با توجه به تنوع در خیرین (همانند داوطلبین مشارکت کننده در ورزش دانشگاهی، مشارکت کنندگان در تأمین اماکن ورزش دانشگاهی و ...) فعالیت‌های بازاریابی و ترویجی متناسب می‌تواند با هر گروه می‌تواند بر افزایش مشارکت جامعه هدف تأثیرگذار باشد
		تبلیغ توسط شخصیت‌های مطرح	تبلیغ فعالیت‌های خیرانه توسط ورزشکاران مطرح کشور جهت ترغیب به فعالیت مخاطبان در ورزش دانشگاهی تبلیغ و شناساندن حوزه ورزش دانشگاهی به خیرین توسط شخصیت‌های مطرح کشوری همچون دانشگاهیان مطرح و ...
راهبردهای عملیاتی	تدوین راهبردهای عملیاتی	تدوین راهبرد برای جذب خیرین	جذب حامیان مالی و خیرین در ورزش دانشگاهی نیاز به برنامه ریزی و راهبردهای جذبی خیرین توسط مدیران ورزش دانشگاهی کشور دارد
		تدوین راهبرد برای حفظ خیرین	استمرار فعالیت خیرین و حمایت آنان از ورزش دانشگاهی کشور نیاز به برنامه و راهبردهای حفظ و استمرار فعالیت خیرین دارد
رویدادهای خیریه	رویدادهای خیریه	رویداد با حضور افراد شاخص	برگزاری مراسمات و رویدادهای خیرانه مرتبط با ورزش دانشگاهی با حضور دانشگاهیان، ورزشکاران و ...
		رویداد جهت آشنایی خیرین	برگزاری رویدادهای خیریه جهت آشنایی خیرین با محیط‌های ورزشی دانشگاهی

اگر کنش‌های مناسب و متناسبی با شرایط و زمینه‌ها وجود داشته باشد پس موجبات علی شرایطی را بهبود می‌آوردند و آنگاه شاهد پیامدها و نتایج خواهیم بود. در مقوله پیامدها و نتایج، همانطور که در الگوی مفهومی ملاحظه می‌شود پیامدها شامل کمک به دولت (کاهش تصدی‌گری دولت، کمک به پروژه‌های عمرانی)، سلامت و تندرستی دانشجویان (سلامت نخبگان علمی، سلامت نیروی انسانی، سلامت روحی دانشجویان)، تأثیر ورزش دانشجویی بر کشور (توسعه تیم‌های ورزشی، کمک

به ورزش ملی، توسعه ورزش همگانی، اوقات فراغت دانشجویان)، توسعه پایدار ورزش دانشگاهی (توسعه پایدار زیر ساخت‌های ورزشی، توسعه سرانه ورزش دانشجویی) بود.

جدول ۷- کدهای باز و مقوله‌های مربوط به پیامدها

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفاهیم
کمک به دولت	کاهش تصدی‌گری دولت	دخالت دولت و تصدی در امور ورزش دانشگاهی و ساخت اماکن ورزشی در دانشگاه‌ها به واسطه بودجه دولتی کاهش پیدا می‌کند
	کمک به پروژه‌های عمرانی	خیرین ورزش دانشگاهی با فعالیت‌های خود و کمک‌های مالی موجب پیشرفت و توسعه پروژه‌های عمرانی می‌شوند
	سلامت نخبگان علمی	کمک به ساخت و تجهیز اماکن ورزش در دانشگاه‌ها و خوابگاه‌های دانشگاهی احتمالاً می‌تواند زمینه مشارکت دانشجویان و نخبگان علمی را در فعالیت‌های ورزشی و تندرستی افزایش دهد
	سلامت نیروی انسانی	دانشجویان به عنوان نیروی انسانی مورد نیاز کشور با شرکت در فعالیت‌های ورزشی و کسب تندرستی برای فعالیت‌های شغلی خود در جامعه آماده می‌شوند
سلامت و تندرستی دانشجویان	سلامت روحی دانشجویان	دانشجویان و ساکنین در خوابگاه‌ها با استفاده از فضای ورزشی محیا شده توسط خیرین و برنامه‌های تربیت بدنی به لحاظ روحی و گذران اوقات فراغت روحیه و نشاط مطلوبی می‌توانند کسب نمایند
	تجهیز اماکن و رشته‌های ورزشی در دانشگاه‌ها و مشارکت دانشجویان در دانشجویان	تجهیز اماکن و رشته‌های ورزشی توسط خیرین در دانشگاه‌ها و مشارکت دانشجویان در رشته‌های مختلف ورزشی می‌تواند موجب بروز استعدادهای ورزشی از بین دانشجویان شود
تأثیر ورزش دانشجویی بر کشور	توسعه تیم‌های ورزشی	حمایت خیرین از ورزش دانشگاهی و رشته‌های ورزشی فعال موجب تشکیل تیم‌های ورزشی دانشجویی در رشته‌های مختلف می‌شود
	کمک به ورزش ملی	توسعه زیرساخت‌های ورزش دانشگاهی باعث گرایش دانشجویان به رشته‌های مختلف و بروز و کشف استعدادهای ورزشی در سطح ملی می‌شود
	توسعه ورزش همگانی	حمایت خیران از تجهیز و ساخت اماکن ورزشی باعث مشارکت دانشجویان به ورزش همگانی می‌شود
توسعه ورزش دانشگاهی	اوقات فراغت دانشجویان	اماکن و تجهیزات ورزشی در دانشگاه‌ها و خوابگاه‌های دانشجویی نیازهای اوقات فراغت دانشجویان را می‌تواند تأمین نماید
	توسعه پایدار زیر ساخت‌های ورزشی	توجه و حمایت خیرین می‌تواند موجب توسعه پایدار اماکن و زیر ساخت‌های ورزش دانشگاهی شود
	توسعه سرانه ورزش دانشجویی	ایجاد اماکن و زیر ساخت‌های ورزشی در آموزش عالی باعث ایجاد سرانه بیشتر برای هر دانشجو و فرصت فعالیت بیشتر برای دانشجویان فراهم می‌کند

بعد از مشخص شدن مفاهیم بر اساس کدگذاری باز، نوبت به کدگذاری محوری می‌رسد. در این مرحله گروه پژوهش بایستی عناوین استخراج شده از داده‌ها را دسته بندی و مقایسه نمایند. این کار نیازمند صرف وقت و دقت بسیار است، چرا که در ابتدا ارتباط بین آنها، چندان آشکار نیست. در واقع در این مرحله گروه پژوهش با انبوهی از داده‌های خام رو به رو هستند که ارتباط چندانی با هم ندارند. اما در این مرحله پیوندها مشخص خواهند شد و مفاهیم نهفته آشکار می‌شوند. در این مرحله مفاهیم مختلف با همدیگر مقایسه شدند و زمینه‌های مشترک میان آنها روشن شد. به طوری- که امکان طبقه‌بندی مفاهیم مشابه در قالب طبقه بندی‌های یکسان میسر شد و هر کدام از مفاهیم مشترک در یک طبقه مخصوص به خود جای گرفتند. در کدگذاری باز، گروه پژوهش به پدید آوردن مقوله‌ها و ویژگی‌های آنها می‌پردازد و سپس می‌کوشد مشخص کند چگونه مقوله‌ها در طول بعدهای تعیین شده تغییر می‌کند. در کدگذاری محوری، مقوله‌ها، نظام‌مند بهبود می‌یابد و با زیرمقوله‌ها پیوند داده می‌شود. با این حال، این‌ها هنوز مقوله‌های اصلی نیست که در نهایت برای تشکیل آرایش نظری بزرگتر یکپارچه شود. بهبود مقوله‌ها، فرآیند یکپارچه‌سازی و کدگذاری گزینشی است به طوری که نتایج پژوهش شکل نظریه پیدا کند. مفاهیم و مقوله‌های استخراج شده از داده‌های پژوهش در شکل (۲) مشخص شده است. کدگذاری گزینشی، مرحله اصلی نظریه پردازی داده بنیاد است که محقق بر اساس نتایج کدگذاری باز و محوری به ارائه نظریه می‌پردازد.



شکل ۲- مدل پارادایمی پژوهش

در خصوص بحث روایی مطالعات کیفی مواضع مختلفی وجود دارد. بعضی پژوهشگران بیان کرده‌اند روایی به عنوان معیار سنتی کمی با تحقیق کیفی هیچ ارتباطی ندارد و چون فرضیات شناخت شناسی و هستی شناسی رویکردهای کمی و کیفی متفاوت است، بایستی که مفهوم روایی نیز در مطالعات کیفی کنار گذاشته شود. بعضی هم وقتی به روایی اشاره می‌کنند، معمولاً به مفاهیمی همچون باورپذیری، قابل دفاع و امانت‌دار بودن تأکید دارند. بنابراین تفکر در خصوص مفهوم روایی در تحقیق کیفی و ارائه راهبردهایی برای حداکثر نمودن روایی در آن، قابل ملاحظه و مهم است. لازم به توضیح است که در بین مطالعات کیفی هیچ آزمون استاندارد برای تعیین روایی وجود ندارد و ماهیت تحقیق توسط پژوهشگر مشخص و جرح و تعدیل می‌شود. در نتیجه ماهیت مفهوم روایی در مطالعات کیفی به بازنمایی مشارکت کنندگان، اهداف تحقیق و مناسب بودن فرایندها بستگی دارد در ارائه این الگو با توجه به رسیدن به اشباع نظری و تجزیه و تحلیل همزمان با جمع آوری داده‌ها و اینکه نظرات اصلاحی جمعی از صاحب‌نظران و خبرگان دانشگاهی در مراحل کدگذاری باز و محوری اعمال شده است می‌توان گفت روایی محقق شده است. از ممیزی پژوهش نیز می‌توان برای تعیین پایایی در روش‌های کیفی استفاده کرد و از آنجا که از نظر خبرگان دانشگاهی و اجرایی در کلیه مراحل و فرایندهای این تحقیق استفاده شد می‌توان ادعان داشت که پایایی مورد قبول به خوبی برآورده شده است.

بحث و نتیجه گیری

هدف از پژوهش حاضر تدوین چارچوب عوامل مؤثر بر جذب خیرین ورزش دانشجویی ایران مبتنی بر نظریه پردازی داده بنیاد است. نتایج حاصل از داده‌های کیفی و ارائه مدل پارادایمی جذب خیرین در ورزش دانشجویی کشور در قالب ابعاد ۶ گانه، شامل شرایط علی (۵ مقوله)، شرایط زمینه‌ای (۳ مقوله)، شرایط مداخله‌گر (۲ مقوله)، مقوله محوری (۱ مقوله)، راهبردها (۵ مقوله)، پیامدها (۴ مقوله) است. نتایج به دست آمده نشان داد باورهای دینی، وظیفه اجتماعی، نگرش خیرین، نوع دوستی، فرهنگ خیریه در ورزش دانشگاهی جزء شرایط علی هستند و نیازهای اجتماعی، هموار بودن موانع، حس اعتماد، از شرایط زمینه‌ای بوده، همچنین، جذابیت و کسب منافع از مقوله‌های شرایط مداخله‌گر و رفتار خیرانه در ورزش دانشگاهی جزء مقوله محوری هستند. از جمله راهبردهایی که متخصصان عنوان نمودند سازماندهی، فعالیت رسانه‌ای، فعالیت بازاریابی، تدوین راهبرد عملیاتی، رویدادهای خیریه است، اما در بُعد پیامدها مقوله‌های کمک به دولت، سلامت و تندرستی

دانشجویان، تأثیر ورزش دانشجویی بر کشور، توسعه پایدار ورزش دانشگاهی شناسایی شدند که در مورد هرکدام از این مقوله‌های در ادامه بحث خواهد شد. نتایج همسو با نتایج یافته‌های حیدری و شریفیان (۲۰۱۷)، حسن شاهی و همکاران (۲۰۱۷)، کشاورز و همکاران (۲۰۱۴)، مرادی شریف و همکاران (۲۰۱۶)، باقری و همکاران (۲۰۱۸)، شانک و لایبرگر^۱ (۲۰۱۵)، کریستمر^۲ (۲۰۱۱)، فیلو^۳ و همکاران (۲۰۱۰) است و ناهمسو با نتایج تحقیق ولف^۴ و همکاران (۲۰۱۳)، پلوسو و همکاران (۲۰۱۹)، فیلو و همکاران (۲۰۱۹) است. به نظر می‌رسد تفاوت در جامعه آماری مورد پژوهش در تحقیق توسط ولف و همکاران (۲۰۱۳)، خیرین دانشگاهی پلوسو و همکاران (۲۰۱۹) و در مورد تحقیق فیلو و همکاران (۲۰۱۹) شرکت‌های خیر و حامی ورزش دانشگاهی که مؤلفه‌های مورد بررسی در آنها موجب ناهمسوایی در نتایج بوده باشد.

نتایج به دست آمده نشان داد رفتار خیرانه در ورزش دانشگاهی یکی از مقوله‌های جذب خیرین در ورزش دانشگاهی است که مقوله‌های همچون رفتار داوطلبی، توسعه تجهیزات ورزش دانشگاهی، توسعه اماکن ورزش دانشگاهی، تخفیف برای دانشجویان و حمایت مالی را در بر می‌گیرد. حضور داوطلبانه برای برگزاری کلاس‌های آموزشی، رویدادها و ... در ورزش دانشگاهی، افرادی که به صورت داوطلبانه و خیرانه وقت و زمان خود را به کمک در فعالیت‌های ورزش دانشگاهی قرار می‌دهند، توسعه تجهیزات برای انجام ورزش‌های مورد علاقه دانشجویان در فضای خوابگاهی و دانشگاهی می‌تواند مصداقی از رفتارهای خیرانه باشد. فیلو و همکاران (۲۰۱۹) بیان کردند عوامل مهم و تأثیرگذار در جذب خیرین شامل عوامل اجتماعی، تبلیغات، قدردانی، وجهه شخصیتی، جوایز متنوع و انگیزه دادن به خیرین در ورزش بوده است که بر اساس این، مدیران رویدادهای ورزشی می‌توانند در جذب خیریه و کمک‌های مالی موفق باشند. کو و همکاران (۲۰۱۴) اظهار داشتند حس انسان دوستی، پاداش‌های ذاتی، تعهد، احساس تعلق خاطر، جامعه پذیری، حفظ چهره اجتماعی، دریافت جایگاه و خدمات بهتر و قدرت دخالت در تصمیم‌گیری‌ها از جمله عوامل مؤثر در حضور خیرین ورزش دانشگاهی در دانشگاه‌های ایلات متحده آمریکا است که از آنها می‌توان به منظور افزایش سطح کمک‌های مالی و انگیزشی خیرین در ورزش در دانشگاهی استفاده نمود. وانگ و گرادی^۵ (۲۰۰۸) عنوان کردند شهروندان با اعتقادات مذهبی قوی در مقایسه با سایرین، مشارکت بیشتری در

-
1. Shank & Lyberger
 2. Kirkesaether
 3. Filo
 4. Woolf
 5. Wang & Graddy

فعالیت‌های خیریه و کمک به قشرهای آسیب‌پذیر و نیازمند داشته‌اند. هم‌چنین باورهای مذهبی از عوامل تعیین‌کننده کنش‌های داوطلبانه و افزایش کمک‌های خیریه و بشر دوستانه است.

خیریه در ورزش دانشگاهی می‌تواند به عنوان یکی از برنامه‌ها و رفتارهای برآورده ساختن نیازهای جامعه تلقی گردد. ورزش دانشگاهی و ارتقا آن می‌تواند منجر به کاهش آسیب‌های اجتماعی در بین دانشجویان شود و این موضوع بر ذهنیت خیرین ورزشی نقش دارد. اینکه تعدادی از افراد خیر بتوانند به صورت جمعی و گروهی مشارکت و فعالیت داشته باشند می‌تواند عامل تأثیرگذار در ورود افراد خیر به ورزش دانشگاهی باشد. حسن شاهی و همکاران (۲۰۱۷) بیان کردند تنها ۱/۴ درصد از خیرین در حوزه ورزش دارای سابقه خیرخواهانه بودند. هم‌چنین خیرین در امور خیریه دیگری همچون ساخت مسجد، کمک به ایتم، امور فرهنگی و ... به میزان ۴ درصد دارای سابقه مشارکت خیرخواهانه بودند. گنجی و همکاران (۲۰۱۵)، ابراهیم و المرشد (۲۰۱۴) بین متغیرهای دین‌داری، عدالت‌خواهی، انسجام اجتماعی، اعتماد اجتماعی، تعلق و تعهد اجتماعی و نهایتاً یک استراتژی اجتماعی با مشارکت در امور خیریه و وقف رابطه معنادار و مستقیم نشان داده‌اند. هینو و تاکادا^۱ (۲۰۲۰) مقایسه بین حامیان مالی و رقبا، از بُعد اجتماعی، تبلیغات یکی از عوامل مهم در مورد واکنش‌های بازار به حمایت از ورزش برای حامیان مالی است.

هموار بودن مسیر اقدامات خیرانه در ورزش دانشگاهی به لحاظ قانونی و حقوقی نسبت به سایر حوزه‌های وقف بسیار مهم است. حیدری و شریفیان (۲۰۱۷) بیان داشتند از موانع مهم جذب خیرین موانع قانونی و اجرایی است. بنابراین، می‌توان امید داشت با اقدام لازم در جهت رفع موانع، مسیر مشارکت خیرین برای توسعه ورزش هموار گردد. سیدباقری و شریفیان (۲۰۱۷) عامل قانونی دولتی مهمترین عامل مانع و عامل مدیریت ورزشی کمترین عامل مانع در عدم حمایت مالی شرکت‌های خصوصی از ورزش قهرمانی است. خسروی زاده و همکاران (۲۰۱۴) بیان نمودند موانع سرمایه‌گذاری و مشارکت بخش خصوصی در ورزش با عوامل قانونی و حقوقی مواجه است. اعتماد خیرین به کارگزاران ورزش دانشگاهی مبنی بر اینکه کمک‌های آنان صرفاً در تجهیز و توسعه ورزش دانشگاهی کشور هزینه خواهد شد اطمینان و اعتماد نسبت به اینکه رفتار خیرانه توسط مؤسسات غیرانتفاعی و افراد خیر به سلامت و تندرستی دانشجویان کشور منتج خواهد شد از جمله مقوله‌های اعتماد است.

انجام رفتارهای خیرانه در حوزه ورزش دانشگاهی می‌تواند باعث جذاب خیران شود که همزمان در حوزه‌های اجتماعی همچون دانشگاه و ورزش مشارکت کنند. همچنین فعالیت‌های داوطلبانه و خیرانه اجتماعی احتمالاً یکی از عوامل تأثیرگذار بر بروز مشارکت‌های خیرانه است در مورد کسب منافع نیز می‌شود گفت ایجاد امتیازات و تخفیف‌های مالیاتی به خیرین فعال در ورزش دانشگاهی کشور می‌تواند به عنوان یکی از انگیزه‌ها باشد و یا افرادی که به طور داوطلبانه در برگزاری رویدادهای ورزش دانشگاهی و برگزاری دوره‌های آموزشی و ... مشارکت می‌کنند و این فعالیت‌ها را فرصت مناسبی برای کسب تجربه می‌دانند کسب جایگاه به عنوان خیر نیز می‌تواند تأثیرگذار باشد. همچنین عواملی چون کسب تسهیلات و کسب رضایت درونی بر رفتارهای خیرانه تأثیرگذار خواهد بود. کشاورز و همکاران (۲۰۱۶) عوامل جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی ایران عوامل حمایتی و تشویقی دارند. ولف و همکاران (۲۰۱۳) در مورد خاص، رویداد خیریه اثر کمی در رابطه شرکت کنندگان موسسه خیریه داشت. کریستمر (۲۰۱۱) انگیزه‌های حمایت ورزشی شرکت‌ها را به انگیزه‌های درونی و بیرونی تقسیم کرد که انگیزه‌های بیرونی شامل: افزایش فروش، نفوذ در بازارهای جدید، آگاهی از برند و محصول، ارتقا تصویر ذهنی شرکت، انحصار برند، نمایش مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت، مشارکت جامعه و مهمان نوازی شرکت بود و انگیزه‌های درونی شامل مشارکت، نمایش مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و مهمان نوازی شرکت است. فیلو و همکاران (۲۰۱۰) بیان می‌کنند به دلیل وجود این پتانسیل در ورزش و رویدادهای ورزشی، در برخی از کشورها سازمان‌های خیریه بسیاری تلاش می‌کنند از طریق مرتبط کردن خود با ورزش، محبوبیت و در عین حال، اعانه بیشتری را جمع آوری نمایند. اینکه رفتارهای خیرانه در ورزش دانشگاهی به صورت یک سازمان ایجاد شود که تمام برنامه‌ریزی‌های ورزش دانشگاهی در آن صورت پذیرد باعث تسهیل در رفتارهای خیرین در این حوزه خواهد شد. ایجاد ارتباط سازمانی، ایجاد بخش مشارکت‌های خیرین، سازماندهی مراکز غیر انتفاعی از مقوله‌های سازماندهی در جذب خیرین است. ایجاد بخشی در ورزش دانشگاهی مرتبط با امور خیران و مشارکت‌های آنان احتمالاً می‌تواند تأثیر مناسب و خوبی به منظور جذب خیرین به ورزش دانشگاهی داشته باشد.

آگاهی از نیاز به حضور خیرین و فعالان در حوزه ورزش دانشگاهی توسط رسانه‌ها و نحوه مشارکت خیرین در ورزش دانشگاهی می‌تواند از طریق رسانه‌ها آگاهی رسانی شود. معرفی نیازهای ورزش دانشگاهی کشور که با مشارکت خیرین می‌تواند مرتفع شود، تجلیل رسانه‌های کشور از خیرین فعال در ورزش دانشگاهی می‌تواند باعث ایجاد انگیزه در افراد خیر و سایر افراد برای حضور در محیط ورزش دانشگاهی شود. همچنین ارج نهادن به افراد پیش قدم در رفتارهای داوطلبانه و خیرانه ورزش دانشگاهی می‌تواند موجب استمرار و تشویق آنان به رفتارهای خیرانه آتی شود. کشاورز،

حمیدی، گودرزی و سجادی (۲۰۱۴) دو عامل رسانه و تبلیغات از عوامل مهم جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی ایران، می‌باشند. مرادی شریف، همتی نژاد و بنار (۲۰۱۶) در تحلیل عوامل انگیزشی حمایت ورزشی، تبلیغات به عنوان عوامل مؤثر در حمایت ورزشی از دیدگاه مدیران شرکت‌ها و مدیران ورزشی است. ایجاد ارتباط مؤثر مسئولین ورزش دانشگاهی با خیرین می‌تواند موجب ورود و فعالیت خیرین در ورزش دانشگاهی شود و فراهم سازی بستر مناسب و مبتنی بر بازاریابی ارتباطی احتمالاً می‌تواند موجب بهبود اعتماد خیرین مبنی بر مشارکت خیرانه در ورزش دانشگاهی شود. همچنین می‌توان گفت فعالیت‌های بازاریابی بایستی مبتنی بر طبقه‌بندی جامعه هدف یا همان مشارکت‌کننده‌گان و خیرین باشد تا متناسب با هر گروه تبلیغات صورت پذیرد و با توجه به تنوع در خیرین (همانند داوطلبین مشارکت‌کننده در ورزش دانشگاهی، مشارکت‌کنندگان در تأمین اماکن ورزش دانشگاهی و ...) فعالیت‌های بازاریابی و ترویجی متناسب می‌تواند با هر گروه می‌تواند بر افزایش مشارکت جامعه هدف تأثیرگذار باشد و یا تبلیغ فعالیت‌های خیرانه توسط ورزشکاران مطرح کشور جهت ترغیب به فعالیت مخاطبان در ورزش دانشگاهی، همچنین تبلیغ و شناساندن حوزه ورزش دانشگاهی به خیرین توسط شخصیت‌های مطرح کشوری همچون دانشگاهیان مطرح و ... موجب جذب خیرین خواهد شد. به نظر می‌رسد که ورزش دانشگاهی کشور می‌تواند با انجام فعالیت‌های بازاریابی، خود را از بودجه عمومی دولت جدا نماید و با برگزاری لیگ‌های منظم و با کیفیت در رشته‌های مختلف و نیز جذب حامیان مالی، موجبات درآمدزایی بیشتر برای بخش‌های مختلف دانشگاهی کشور را فراهم آورد. شیرخدائی و همکاران (۲۰۱۵) بیان می‌دارد در بازاریابی جذب خیرین متغیر جنسیت تفاوت معناداری وجود ندارد و زنان و مردان در امور خیریه با هم تناسب دارند.

جذب حامیان مالی و خیرین در ورزش دانشگاهی نیاز به برنامه‌ریزی و راهبردهای جذب خیرین توسط مدیران ورزش دانشگاهی کشور دارد و استمرار فعالیت خیرین و حمایت آنان از ورزش دانشگاهی کشور نیاز به برنامه و راهبردهای حفظ و استمرار فعالیت خیرین دارد. برگزاری مراسمات و رویدادهای خیرانه مرتبط با ورزش دانشگاهی با حضور دانشگاهیان، ورزشکاران و برگزاری رویدادهای خیریه جهت آشنایی خیرین با محیط‌های ورزشی دانشگاهی از جمله عوامل جذب خیرین است. تحقیقی هم‌راستا با این تحقیق یافت نگردید. دخالت دولت و تصدی در امور ورزش دانشگاهی و ساخت اماکن ورزشی در دانشگاه‌ها به‌واسطه بودجه دولتی کاهش پیدا می‌کند و خیرین ورزش دانشگاهی با فعالیت‌های خود و کمک‌های مالی موجب پیشرفت و توسعه پروژه‌های عمرانی می‌شوند.

کمک به ساخت و تجهیز اماکن ورزش در دانشگاه‌ها و خوابگاه‌های دانشگاهی احتمالاً می‌تواند زمینه مشارکت دانشجویان و نخبگان علمی در فعالیت‌های ورزشی و تندرستی را افزایش دهد. دانشجویان به عنوان نیروی انسانی مورد نیاز کشور با شرکت در فعالیت‌های ورزشی و کسب تندرستی برای فعالیت‌های شغلی خود در جامعه آماده می‌شوند. دانشجویان و ساکنین در خوابگاه‌ها با استفاده از فضای ورزشی محیا شده توسط خیرین و برنامه‌های تربیت بدنی به لحاظ روحی و گذران اوقات فراغت روحیه و نشاط مطلوبی می‌توانند کسب نمایند. نکویی مقدم و همکاران (۲۰۱۳) در بررسی نقش مؤسسات خیریه در نظام سلامت حوزه فعالیت مؤسسه، تأمین منابع، نوع منابع اهدایی، نحوه صرف منابع، چالش‌ها و نحوه تعامل با دانشگاه و سایر مؤسسات مرتبط در خصوص مدیریت مؤسسات خیریه را مورد شناسایی قرار دادند. این نتایج همراستا با این تحقیق است. تجهیز اماکن و رشته‌های ورزشی توسط خیرین در دانشگاه‌ها و مشارکت دانشجویان در رشته‌های مختلف ورزشی می‌تواند موجب بروز استعداد‌های ورزشی از بین دانشجویان شود و حمایت خیرین از ورزش دانشگاهی و رشته‌های ورزشی فعال موجب تشکیل تیم‌های ورزشی دانشجویی در رشته‌های مختلف می‌شود. توسعه زیر ساخت‌های ورزش دانشگاهی باعث گرایش دانشجویان به رشته‌های مختلف و بروز و کشف استعداد‌های ورزشی در سطح ملی می‌شود. حمایت خیران از تجهیز و ساخت اماکن ورزشی باعث مشارکت دانشجویان به ورزش همگانی می‌شود. اماکن و تجهیزات ورزشی در دانشگاه‌ها و خوابگاه‌های دانشجویی نیازهای اوقات فراغت دانشجویان را می‌تواند تأمین نماید. پدیده وقف دارای حیطه گسترده‌ای از فعالیت و اقدام است تا جایی که اگر به درستی هدایت شود، به بسیاری از نیازها پاسخ می‌دهد و هیچ‌گاه جامعه انسانی با کمبودهای اقتصادی، اجتماعی، آموزشی و فرهنگی روبرو نخواهد شد؛ اما مهم این است که هم نیازها بر اساس اولویت در سطح افکار عمومی معرفی شود و هم ضرورت آن عینی و متناسب با عواطف و درک و توجه واقفان لحاظ گردد. البته وقف می‌تواند در جنبه شخصی و خانوادگی نقش داشته باشد و گاه در بعد عمومی و در جهت پرکردن خلأهای اجتماعی که قرآن بر کارهای عمومی و همیاری و حل مشکلات و برطرف کردن نابسامانی‌های جامعه از طریق تعاون بر نیکی تأکید می‌کند.

یکی از جنبه‌های وقف و یا خیریه می‌تواند کمک به ورزش دانشگاهی باشد. امروزه که ورزش یکی از ضروریات زندگی بشر است. این مهم نه تنها به افزایش آمادگی جسمانی در دانشجویان می‌انجامد بلکه برای تقویت روح و روان نیز مفید است. کسب نشاط و شادابی، مقابله با بیماری‌های مختلف، جلوگیری از گسترش ناهنجاری‌ها و بزهکاری‌های اجتماعی، مقابله با اعتیاد، ایجاد امید و ارتقای بهره‌وری از نتایج سرمایه‌گذاری‌های مادی و معنوی برای گسترش ورزش دانشگاهی است. نکته مهم، فراهم آوردن امکان ورزش ارزان و رایگان در دانشگاه‌ها است. چون اکثریت دانشگاه‌های کشور

از بودجه پایین در ورزش برخوردار هستند. لذا توانایی تخصیص درآمد برای ورزش کردن را ندارند. از این رو یکی از سیاست‌گذاری‌های مهم دانشگاه‌ها باید برای جذب خیرین باشد. فرهنگ‌سازی برای توسعه ورزش دانشگاهی هم راهکارهای مستقیم (کمک دولت) دارد و هم غیرمستقیم (جذب خیرین). امید است در این مسیر شاهد موفقیت‌های چشمگیر باشیم. با توجه به این نتایج پیشنهاد می‌گردد برای ورزش دانشگاهی جهت جذب خیرین فقط به مقوله جذب پرداخته نشود. سعی شود از طریق قدردانی در رسانه‌های ملی، دانشگاهی و سمینارها، خیرین را برای همکاری‌های آینده در زمینه ورزش دانشگاهی و سایر همکاری‌ها نگه دارند.

منابع

1. Afshari, M. Fattahpour Marandi, M. Mir Safian, H.R. & Mohammad Hassan, F. (2018). Financial Support: An Approach to Attracting Capital for Sports Projects in West Azerbaijan Province“ *Quarterly Journal of Sports Management Studies*, 10(47): 67-84. (Persian)
2. Ahmadian J. M. (2018). *Designing the strategic plan of the General Department of Physical Education of Farhangian University based on the vision document of Horizon 1404*. Doctoral dissertation of Physical Education, Islamic Azad University, Shushtar branch. (Persian)
3. 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)
4. Alizadeh, M.H. (2018). Student sports per capita is not enough. <http://www.irna.ir/en/News/82984958>. (Persian)
5. Arami, M. (2012). The development of sports facilities in Hormozgan requires the serious presence of philanthropists. *Fars news*. (Persian)
6. Bagheri, H. Morsal, B. Fahimi Nejad, A. & Rashid Lamir, A. (2018). Modeling Inter-Organizational Factors Affecting Adsorption Sponsors Athletics in North Khorasan Province. *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*, 7(3): 357-369.
7. Bottiglia, R. (2016). *Competitive frontiers in P2P lending crowdfunding*. In *Crowdfunding for SMEs* (pp. 61-92). Palgrave Macmillan, London.
8. Faed, A. (2007). Strategic assessment of sport sponsorship as a marketing communication tool in electronic industries of Iran. *the degree Master thesis, Tarbiat Modares University*. 68-92. (Persian)
9. Filo, K. Fechner, D. & Inoue, Y. (2019). Charity sport event participants and fundraising: An examination of constraints and negotiation strategies. *Sport Management Review*, 23(3): 387-400.
10. Filo, K. Funk, D. & O'Brien, D. (2010). The antecedents and outcomes of attachment and sponsor image within charity sport events. *Journal of Sport Management*, 24(6): 623-648.

11. Ganji, M. Niazi, M. & Ehsani Rad, F. (2015). Participation in charity and endowment is a prelude to sustainable development. *Sociocultural development studies*, 3(4): 25-45. (Persian)
12. Hasanzadeh Sarvestani, H., Tamizifar, M., Simiari, M. (2018). Crowdfunding, a Model for Attracting Donor Contributions. *Islamic Finance Research Bi-quarterly Journal*, 8(1), 59-90. (Persian)
13. Hassanshahi, H. Ghahreman T.C. & Sharifian, I. (2017). Assessing the position of endowment and sports charity among the endowments of Kerman province. The first national conference on the achievements of sports science and health, Abadan University of Medical Sciences. (Persian)
14. Heidari Fard, S. Sharifian, I. (2017). Identify and compare barriers to charitable participation in the development of sports facilities. *Sports Management Studies*, 9(41): 81-96. (Persian)
15. Hino, Y. Takeda, F. (2020). Market reactions to sport sponsorship announcements: Comparison between sponsors and their rivals. *Sport Management Review*, 23(3): 401-413.
16. 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)
17. Hosseinpour, E., Bagheri, Gh., Alidoust Ghahfarokhi, E., Amiri, M. (2019). Presenting a Model to Establish Safety in Sporting Environments (Using Grounded Theory). *Research on Educational Sport*, 7(16): 107-28. (Persian)
18. Ibrahim, H. Almarshed, S.O. (2014). Sporting event as a corporate social responsibility strategy. *Procedia Economics and Finance*, 11: 3-14.
19. Keshavarz, L. Hamidi, M. Goodarzi, M. & Sajadi, S. (2014). Establishing a Performance Management System for the National Olympic Committee: by the Balance Scorecard Approach. *Scientific Journal of Organizational Behavior Management in Sport Studies*, 1(1): 21-30. (Persian)
20. Khosravizadeh, E. Bahrami, A. & Haghdadi, A. (2014). Investment and involvement barriers of private sector in Markazi province sport. *Sport Management Studies*, 6(24): 207-222. (Persian)
21. Kirkesaether, E. (2011). The link between corporations' (sponsors') motives behind sport sponsorship activities and the attractiveness characteristics of sport sponsorship objects: a comparative case study of The Norwegian association of orienteering and The Norwegian football association as sponsorship objects. Master thesis, Norwegian school of sport sciences.
22. 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.
23. Manafi, F. Ramezani Nejad, R. Gohar Rostami, H.R. & Dastum, S. (2017). Analyzing the development trend of Iranian collegiate athletics from the first to fifth macro development programs. *Sports Management and Development*, 6(1): 67-86. (Persian)
24. Manafi, F., RamezaniNezhad, R., GoharRostami, H., PourKiyani, M. (2016). The sport participation development in the Iran's public universities. *Research on Educational Sport*, 4(9), 65-90. (Persian)

25. Moradisharaf, H. Hematinazhad, M. & Banar, N. (2017). Factor Analyzing the Motivators of Sport Sponsorship in Hamadan Province. *Applied Research in Sport Management*, 5(3): 79-91. (Persian)
26. Nasirzadeh, A., Farahani, A., Khezri, H. (2014). Designing Implementing Strategy Model for General Department of Sport and Youth of Kerman Province by BSC Approach. *Applied Research in Sport Management*, 3(2), 11-26. (Persian)
27. Nekouei Moghaddam, M. Amir Yousefi, S. 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. . (Persian)
28. Peluso, A.M. Rizzo, C. & Pino, G. (2019). Controversial sports sponsorships: Effects of sponsor moral appropriateness and self-team connection on sponsored teams and external benefit perceptions. *Journal of Business Research*, 98: 339-351.
29. Poursoltani Zarandi, H. Zareian, H. & Taherkhani, E. (2016). Pathology of Sports Associations, General Department of Physical Education, Ministry of Science, Research and Technology. *Research in Educational Sports*, 4(11): 17-36. (Persian)
30. Rashid Lamir, A. Dehghan Ghahfarkhi, A. & Rashid Lamir, A. (2013). Development of a strategic plan for the General Directorate of Sports and Youth of Khorasan Razavi Province in the field of sports and physical education. *Journal of Sports Management*, 5(4): 179-198. (Persian)
31. 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.
32. Sadeghi, R. Mohammadi, R. & Asadi, M.R. (2012). Attracting Financial Supporters in the Basic Category A New Approach to Improving Sports Talent Search. *A Paper presented at the 2nd National Conference on Sports Talent Search, Tehran, Basij Sports Organization*. (Persian)
33. Saghravani, S., Mortazavi, S., Lagzian, M., & Rahimnia, F. (2014). Forcing theory on data or emerging theory from data: Theory building in humanities using grounded theory methodology. *Foundations of Educatio a Bi-annual Journal*, 4(1): 151-170. (Persian).
34. Science, Research and Technology Charity Headquarters (2018). *Objectives and duties of the Ministry of Science's charity headquarters*. (Persian)
35. Seyed Bagheri, S.M., Sharifian, I. (2017). Identifying and prioritizing the financial barriers of private companies to sports-heroism. *Research in Sports Management and Motor Behavior*, 7(13): 55-66. (Persian)
36. Shank, M.D. Lyberger, M.R. (2015). *Sports marketing: A strategic perspective*. Routledge, 5th edition. Abingdon, United Kingdom.
37. Shirkhodaei, M. Farzam, F. Fathi, R. Tahmasebi Roshan, N. & Khalili Palandi, F. (2015). Marketing Charitable Activities: Explaining the Role of Gender in Young women s studies (*Sociological & Psychological*), 13(4): 153-180. (Persian)
38. Wang, L. Graddy, E. (2008). Social capital, volunteering, and charitable giving. *International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 19(1): 23.

39. Wood, L. Snelgrove, R. & Danylchuk, K. (2010). Segmenting volunteer fundraisers at a charity sport event. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 22(1): 38-54.
40. Woolf, J. Heere, B. & Walker, M. (2013). Do charity sport events function as “brandfests” in the development of brand community? *Journal of Sport Management*, 27(2): 95-107.

ارجاع دهی

یعقوبی، علی؛ پورکیانی، محمد؛ امامی، فرشاد؛ علوی، سیدحسین. (۱۳۹۹). طراحی مدل کیفی عوامل موثر بر جذب خیرین ورزش دانشجویی کشور. پژوهش در ورزش تربیتی، ۸(۲۱): ۸۴-۵۹. شناسه دیجیتال: 10.22089/res.2020.9084.1909

Yaghobi, A; Pourkiani, M; Emami, F; Alavi, S. H. (2020). Designing a Qualitative Model of Factors Affecting the Attraction of the Country's Student Sports Donors. *Research on Educational Sport*, 8(21): 59-84. (Persian). DOI: 10.22089/res.2020.9084.1909

Designing a Qualitative Model of Factors Affecting the Attraction of the Country's Student Sports Donors

A. Yaghobi¹, M. Pourkiani², F. Emami³, S. H. Alavi⁴

1. PhD Student in Sports Management, Ayatollah Amoli Branch, Islamic Azad University, Amol, Iran
2. Assistant Professor, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran (Corresponding Author)
3. Sports Management Department, Ayatollah Amoli Branch, Islamic Azad University, Amol, Iran
4. Assistant Professor of Physical Education and Sport Sciences, Department of Technical and Vocational of Mahmoud Abad Branch of Technical and Vocational University (TVU), Mazandaran, Iran

Received: 2020/06/14

Accepted: 2020/09/12

Abstract

The aim of this study was to Designing a Qualitative Model of Factors Affecting the Attraction of the Country's Student Sports Donors. The research method to qualitatively and centrally apply to centralization can be the foundation. To collect the data, a semi-structured interview method was used. Data analysis was performed by Strauss and Corbin model (1998). The statistical population of the study included 15 key clear-sighted and experts, including university professors and executives of the country's university sports, who were selected by targeted sampling method. In data analysis using open coding technique, 73 basic concepts were determined, which by classifying these concepts, 58 sub-categories were formed and in the central coding stage, 20 main categories were categorized. In the paradigmatic model, causal conditions (religious beliefs, social duty, benevolent attitude, altruism, charity culture in academic sports), contextual conditions (social needs, smoothness of path, sense of trust), intervening conditions (attractiveness and gain of interests), Category (Student Behavior Behavior), Strategies (Organizing, Media Activities, Marketing Activities, Developing Operational Strategies, Charitable Events), Consequences (Helping the Government, Health and Student Health, The Impact of Student Sports on the Country, Sustainable Development in Sports Student) were identified. It is suggested to maintain their cooperation for university sports by creating a culture for the development of university sports and appreciating the benefactors in the national and university media and seminars.

Keywords: Donor Sports, Student Sports, Benevolent Behavior, College Sports, Strategies.

1. Email: a_yaghobi36@yahoo.com
2. Email: m.pourkiani46@gmail.com
3. Email: f_emami2007@yahoo.com
4. Email: s_h_alavi2003@yahoo.com