

## Research Paper

# The Modeling Factors Affecting the Loyalty of Female Participants in Recreational Sports

BI BI Fakhrosadat Hashemi<sup>1\*</sup>, Farshad Tojari<sup>2</sup>, Hamid Sajjadi Hezave<sup>3</sup> Abdolreza Amirtash<sup>4</sup>

1. Ph.D. student of Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Central Tehran Branch, Azad University, Tehran, Iran

2. Professor, Department of Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Central Tehran Branch, Azad University, Tehran, Iran

3. Assistant Professor of Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Central Tehran Branch, Azad University, Tehran, Iran

4. Assistant Professor of Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Central Tehran Branch, Azad University, Tehran, Iran

Received: 2020/10/23

Revised: 2021/12/26

Accepted: 2021/12/29

Use your device to scan and read the article online



DOI:

10.30495/jzv.2022.15907.2338

### Keywords:

Loyalty, Sports Participation, Recreational Sports, Students

### Abstract

**Introduction:** The aim of this study was to investigate the factors affecting the loyalty of women participating in recreational-sport activities.

**Methods:** The research method was applied and targeted. 361 students from Bushehr province who participated in recreational sports were selected based on Cochran formula and sampling method as a statistical sample. The data collection tool was a researcher-made questionnaire that set up in four parts of sports factors (13 questions), recreational factors (14 questions), cultural factors (7 questions), art factors (8 questions) and loyalty (13 questions) Became. The questionnaires were provided to the statistical sample after confirmation of content validity and its structural analysis. The research data were analyzed using structural equation model in the PLS software.

**Findings:** The results showed that sport, recreational and cultural factors had a direct and significant effect with path coefficient (0.478), (0.285) and (0.390) on the loyalty of students participating in recreational sports. It was also found that art factors did not have a significant effect on loyalty variable.

**Citation:** Hashemi, F. Tojari, F. Sajjadi Hezave, H. Amirtash, A. The Modeling Factors Affecting the Loyalty of Female Participants in Recreational Sports. Quarterly Journal of Women and Society. 2022; 12 (48):189-202

Doi: 10.30495/jzv.2022.15907.2338

\*Corresponding author: farshad.tojari

**Address:** Professor, Department of Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Central Tehran Branch, Azad University, Tehran, Iran

**Tell:** 02188074874

**Email:** farshad.tojari@gmail.com

## Extended Abstract

### Introduction

Paying attention to women's health as half of the population, which constitutes an important share of the labor force and is also responsible for the important mission of childbearing, is of great importance. Accordingly, women's participation in sports activities is one of the most important ways to ensure their mental and physical health (1). Despite all the numerous benefits of sport, most people, especially women and girls, do not participate in regular sports activities (8). Women and girls face many problems in sports. The economic status of family, religion and culture, social factors play a major role in sports participation and loyalty (9,10).

The aim of this study was to investigate the factors affecting the loyalty of women participating in recreational-sport activities.

### Methods

The present study was one of the applied and descriptive-survey researches that were conducted fieldly. The statistical population of the study included all female students participating in sport-recreational activities in Bushehr province in different disciplines and levels, among which 384 students were selected by Cochran formula as the sample size. After compiling the original framework of the questionnaires, the researcher-made measurement tool was first used to assess the content validity, the

views of 8 faculty members of the Faculty of Education and Sport Sciences of Azad University of Tehran about the number of questions, how to express questions, priority and end of questions and conformity with the conditions and culture of the statistical society, and reforms and revisions. Next to minor changes, 50 questionnaires were distributed among the statistical population and using confirmatory factor analysis, a total of 13 questions (index) were removed from the questionnaires due to having a factor load less than 0.4, and the validity of the instrument of the measurement tool was confirmed. Also, Cronbach's alpha coefficients showed that the instrument of measurement had sufficient and acceptable reliability.

Finally, the final two questionnaires that were used in the research process included a questionnaire of underlying factors in the form of 4 components of sport factors (13 items), recreational (14 items), artistic (8 items) and cultural (7 items) and loyalty questionnaire in 13 items. The questions of the questionnaire were closed and valued based on the Likert scale. Also, after removing incomplete or uncompleted questionnaires, 361 questionnaires were analyzed statistically using SPSS software version 20 and PLS version 3.

### Findings

The findings are presented in two parts: individual characteristics of subjects and research variables. The highest percentage of subjects were in the age range of 32-21 years (64%) and the lowest was over 32 years (9%). Also, in terms of sports interest, the majority of the statistical sample (42%) had high interest and the lowest (2%) had very little interest in sports activities.

**Table 1- Results of path analysis test related to the effect of research variables on students' loyalty**

Direction of path	Path coefficient	T value	Result
sport factors => sports participation	0.478	4.218	significant
recreational factors => sports participation	0.285	2.283	significant
cultural factors => sports participation	0.390	3.095	significant

artistic factors => sports participation	0.223	1.197	not Significant
--	-------	-------	-----------------

According to Table 1, Considering the significant coefficient of path, between two variables of sport and loyalty factors (4.218), recreational and loyalty factors (2.283) as well as cultural and loyalty factors (3.095) that exceed 1.96, with 95% confidence It can be said that sport factors about 48% (0.478), recreational factors about 29% (0.285) and cultural factors by 39% (0.390) have a direct effect on the loyalty of women participating in recreational activities.

### Discussion

According to the findings of the research, it can be suggested that recreational sports service providers pay more attention to sport, recreational and cultural dimensions in order to attract more audiences. Also, among different dimensions, sport dimension has the highest level compared to other dimensions in determining consumers' choice of sports and recreational services. Therefore, it is recommended that service providers improve the motivation of using services among consumers by improving different dimensions, especially sport dimension. In addition, in the field of providing sports services, while allocating costs for the recipients of these services, they should choose a suitable place to provide these services. Because consumers of these sports services give more importance to the cost of services and their proximity or remoteness to their workplace or life.

### Conclusion

It can be said that in the long run, with emphasis on appropriate services and

places, acceptable cost and also the use of innovation, effective steps can be taken in women's tendency to recreational sports activities.

### Ethical Considerations

#### Compliance with ethical guidelines

All participants in the study participated in the study by filling out a consent form, and the researchers assured them that the results of the research were confidential.

### Funding

All financial resources and costs for research and publication of the article have been paid by the authors and no financial support has been received.

### Authors' contributions

The article is an excerpt from a doctoral thesis. the first author is a Ph.D. student of counseling student and the responsible author; the second author is the first Supervisor; the third author is the first consultant and the fourth author is the second dissertation consultant.

### Conflicts of interest

This article is taken from the Doctoral Thesis entitled "The Modeling factors affecting the loyalty of female participants in recreational sports" (Department of sport management, Faculty of physical education and sport sciences, Central Tehran Branch, Azad University, Tehran, Iran). This research is not in conflict with personal or organizational interests.

## مقاله پژوهشی

## مدل سازی عوامل موثر بر وفاداری زنان مشارکت کننده در ورزش های تفریحی

بی بی فخرالسادات هاشمی<sup>۱\*</sup>، فرشاد تجاری<sup>۲</sup>، حمید سجادی هزاوه<sup>۳</sup>، عبدالرضا امیرتاش<sup>۴</sup>

۱- دانشجوی مقطع دکترا رشته مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۲- استاد مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.

۳- استادیار مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.

۴- استادیار مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.

## چکیده

**هدف:** هدف پژوهش حاضر بررسی عوامل مؤثر بر وفاداری زنان شرکت کننده در فعالیتهای تفریحی- ورزشی بود.

**روش:** روش پژوهش از نوع پیمایشی و به لحاظ هدف، کاربردی بود ۳۶۱ نفر از دانشجویان استان بوشهر که در ورزش های تفریحی شرکت داشتند، بر اساس فرمول کوکران و به روش نمونه گیری در دسترس به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزار جمع آوری داده ها، پرسش نامه محقق ساخته بود که در چهار بخش عوامل ورزشی (۱۳ سؤال)، عوامل تفریحی (۱۴ سؤال)، عوامل فرهنگی (۷ سؤال)، عوامل هنری (۸ سؤال) و وفاداری (۱۳ سؤال) تنظیم شد. پرسش نامه ها پس از تأیید روایی محتوا و سازه آن از طریق تحلیل عاملی، در اختیار نمونه آماری قرار گرفت. داده های پژوهش با استفاده از مدل معادلات ساختاری در محیط نرم افزار پی. ال. اس. تجزیه و تحلیل شدند.

**یافته ها:** نتایج نشان داد که عوامل ورزشی، تفریحی و فرهنگی به ترتیب با ضریب مسیر (۰/۴۷۸)، (۰/۲۸۵) و (۰/۳۹۰) بر وفاداری دانشجویان مشارکت کننده در ورزش های تفریحی اثر مستقیم و معناداری داشتند. همچنین مشخص شد که عوامل هنری بر متغیر وفاداری تأثیر معناداری ندارد.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۸/۰۲

تاریخ داوری: ۱۴۰۰/۱۰/۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۰۸

از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید



DOI: 10.30495/jzv.2022.15907.2338

## واژه های کلیدی:

وفاداری، مشارکت ورزشی، ورزش تفریحی، دانشجویان

\* نویسنده مسئول: فرشاد تجاری

**نشانی:** استاد مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.

**تلفن:** ۰۲۱۸۸۰۷۴۸۷۴

**پست الکترونیکی:** farshad.tojari@gmail.com

## مقدمه

توجه به سلامتی زنان به عنوان نیمی از جمعیت که سهم مهمی از نیروی کار را تشکیل می‌دهند و رسالت مهم فرزندآوری را نیز بر عهده دارند، از اهمیت زیادی برخوردار است. بر این اساس مشارکت زنان در فعالیت‌های ورزشی یکی از راه‌های مهم تأمین سلامت روانی و جسمانی آن‌هاست (۱).

ورزش به عنوان یکی از نهادهای ثانویه جامعه مدرن، کارکردهایی چون سلامت، تفریح، هویت‌یابی، رفاه اقتصادی و... به همراه دارد. جوامع جدید بیش از هر زمانی به ورزش نیاز دارند زیرا جامعه سالم نیازمند نیروهای سالم و با نشاط است. ورزش مانند سایر پدیده‌ها در جامعه تحت تأثیر عوامل اجتماعی و فرهنگی قرار دارد و برخی محققان ورزش را یک امر فرهنگی و زبان مشترکی برای برقراری ارتباطات جهانی میدانند. فرصت‌های زنان در حوزه ورزش قابل مقایسه با مردان نیست، به همین دلیل یکی از اساسی‌ترین موضوعات مطرح در جامعه شناسی ورزش شناخت علل مشارکت پائین بانوان در فعالیت‌های ورزشی و عوامل تأثیرگذار بر آن است: به دلایل فراوانی که اغلب آن‌ها فرهنگی-اجتماعی هستند، زن در طول تاریخ فرصت کافی پیدا نکرده است تا شایستگی خود را برای مشارکت فعال در ورزش به اثبات رساند، زیرا مرزهایی در برابر زن نهاده شده که این مرزها را نقش‌های اجتماعی او، به عنوان موجود مؤنث ترسیم کرده است (۲).

برای پیشرفت و توسعه، هر جامعه‌ای نیازمند جمعیت سالم و پویاست. اهمیت ورزش برای سلامت جامعه و اعضای آن به حدی است که برخی جامعه‌شناسان، آن را دین مدنی جامعه معاصر دانسته‌اند (۳). کاهش تحرک و فعالیت بدنی در زندگی امروزی که متعاقب توسعه و گسترش امکانات و وسایل رفاهی و شیوه‌های نوین زندگی به وجود آمده است، ضرورت پرداختن به ورزش و تربیت بدنی را بیش از پیش ایجاب می‌کند (۴). سبک زندگی همراه با فعالیت ورزشی روزانه در اکثر جوامع توسعه یافته اهمیت فزاینده‌ای پیدا کرده است. فعالیت‌های ورزشی به جنبه‌های مختلف زندگی مربوط می‌شود و می‌تواند تأثیرات مثبتی بر سلامت و رشد ذهنی داشته باشد. همچنین ورزش می‌تواند به حفظ ساختارهای اجتماعی؛ رشد اقتصادی؛ کمک به افراد برای یافتن شغل یا کار و شکل دادن به هویت‌های فرهنگی و ملی کمک کند (۵). مشارکت در ورزش باعث افزایش سلامت روان

و بهبود رفاه می‌شود (۶). پزشکان و محققان، ورزش مادام‌العمر و مشارکت فعال در تفریحات را به عنوان عوامل مثبت در سلامت و رفاه فردی، سرمایه اجتماعی، توسعه جامعه و پیامدهای اقتصادی شناسایی کرده‌اند. در حالی که فعالیت‌های ورزشی، زمینه‌ای برای مشارکت مدنی فراهم می‌کند می‌تواند فضای رقابتی ایجاد و موجب گسترش ارتباطات اجتماعی و همچنین بسط فضای تفریحی فعال شود (۷). با وجود همه این مزایا، اکثر مردم به ویژه زنان و دختران در فعالیت‌های ورزشی به طور منظم شرکت نمی‌کنند (۸). زنان و دختران در مشارکت در ورزش با مشکلات زیادی روبرو هستند. وضعیت اقتصادی خانواده آنها عامل مهمی است که نقش عمده‌ای در مشارکت آن‌ها در ورزش، به ویژه برای دختران دارد. دین و فرهنگ در رتبه دوم قرار گرفته‌اند (۹-۱۱). همچنین وضعیت اقتصادی ناکافی یا فقدان حامی مالی نیز می‌تواند منجر به خاتمه فعالیت در ورزش شود (۱۲). در دنیای امروز فعالیت جسمانی و ورزش و توجه به اثرات سودبخش آن برسالمتی و نشاط به ویژه در زنان بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است. در حقیقت، ورزش به دلیل ویژگی‌های خاص برای زنان بسیار مهمتر از مردان است. زنان از نظر مادری سهم بسزایی در جامعه دارند و ورزش آنها را برای وظایف مقدس مادری آماده می‌کند و نسلی سالم، فعال و قوی ایجاد می‌کند. زنان به عنوان نیمی از جامعه و سرپرست خانه و مسئول نظم و تربیت فرزندان خود، برای حفظ نشاط، سرزندگی و سلامت به ورزش نیاز دارند و اگر جامعه از زنان غفلت کند، آسیب‌های جبران ناپذیری را متحمل می‌شود. زیرا اگر زنی سلامت خود را از دست بدهد، نه تنها خودش بلکه کل جامعه آسیب می‌بیند و خانواده‌هایی که ستون‌های جامعه هستند متزلزل، ناپایدار و آسیب پذیر می‌شوند (۱۳). فعالیت‌بدنی در زندگی روزمره در خانه، مدرسه، محل کار و... و همچنین مشارکت در ورزش و تفریح فعال باعث بهبود سلامت کلی زنان و دختران و بهزیستی جسمی، اجتماعی و عاطفی و همچنین کاهش سطح استرس و خطر بیماری‌های مزمن می‌شود (۱۴).

در پژوهشی دیگر نقش عوامل اجتماعی نیز از نظر پاسخگویان در روی آوری آنان به فعالیت‌های فرهنگی در فرهنگسراها قابل توجه بود. نقش فرهنگی بالاتر از حد متوسط است و در زمینه عوامل اقتصادی در مجموع از نظر پاسخگویان نقش عوامل اقتصادی را باید در حد متوسطی ارزیابی کرد. و عوامل خانوادگی نشان می‌دهد ایجاد نشاط در خانواده یکی از موضوعاتی که پاسخگویان با آن موافقت بالایی را نشان داده‌اند. نتایج حاکی از آن است که نباید ممانعت خانواده‌ها به عنوان یک مانع جدی در راه مشارکت در فعالیت‌های فرهنگی فرهنگسراها

وفاداری به‌طور اختصاصی انجام تحقیقات بیشتر برای درک بهتر وضعیت رقابت در این بخش از رفتار مشتریان ضروری است. به لحاظ کاربردی، انجام پژوهش در زمینه خدمات ورزشی از آن جهت اهمیت دارد که ارائه خدمات ورزشی به یک مقوله محبوب و مشترک در بین جوانان تبدیل شده است. استفاده از خدمات ورزشی نه تنها برای فعالیت‌های ورزشی بلکه برای زندگی روزمره و اوقات فراغت مناسب است. از طرفی به علت ماهیت جهانی ورزش، خدمات ورزشی در سطح ملی و بین‌المللی ارائه می‌گردند. این موضوع برای بازاریابان از طریق افزایش بازار خدمات ورزشی اهمیت بسیار بالایی دارد. همچنین یکی از اقلاری که به عنوان مصرف کننده در انتخاب ورزش‌های تفریحی حضور مهمی دارند دانشجویان می‌باشند. این افراد سهم بسزایی در مصرف کالاهای تولیدی سازمان‌های ورزشی دارند و به عنوان افرادی که نقش تعیین کننده در انتخاب افراد دیگر در مصرف کالاهای ورزشی دارند قشر بسیار مهمی می‌باشند؛ به عبارت دیگر دانشجویان به عنوان افراد آگاه نسبت به نوع، کیفیت، جنس، قیمت و ... کالای مصرفی ورزشی به عنوان مرجعی برای تصمیم گیری برای بسیاری از افراد می‌باشند. به همین دلیل استفاده از دانشجویان در جهت کمک به روشن تر شدن موضوع پژوهش ضروری به نظر می‌رسد. با توجه به مطالب بیان شده و اهمیت موضوع سوالی که در اینجا پدید می‌آید این است که عوامل موثر بر وفاداری دانشجویان زن مشارکت کننده در ورزش‌های تفریحی استان بوشهر چه می‌باشد؟ در این پژوهش سعی خواهد شد که با استفاده از روش‌های علمی و کار میدانی پاسخی مناسب برای پرسش مطرح شده بیابیم.

### روشن شناسی

پژوهش حاضر به‌لحاظ هدف، از نوع پژوهش‌های کاربردی و به‌لحاظ روش گردآوری داده‌ها، توصیفی-پیمایشی بود که به‌صورت میدانی اجرا شد. جامعه آماری پژوهش، کلیه دانشجویان زن مشارکت کننده در فعالیت‌های ورزشی-تفریحی استان بوشهر در رشته‌ها و مقاطع مختلف بود، که از این میان با فرض نامحدود بودن جامعه آماری، تعداد ۳۸۴ نفر از طریق فرمول کوکران به عنوان حجم نمونه آماری برگزیده شدند. ابزار اندازه گیری محقق ساخته بود که پس از تدوین چهارچوب اولیه پرسش‌نامه‌ها، ابتدا برای بررسی روایی محتوا، از نظرهای هشت نفر از اعضای هیئت علمی دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه آزاد تهران درمورد تعداد سؤال‌ها، نحوه بیان سؤال‌ها، تقدم و تأخر سؤال‌ها و مطابقت با شرایط و فرهنگ جامعه آماری، استفاده شد و اصلاحات و بازنگری لازم انجام گرفت. پس از

قلمداد کرد (۱۵). در این بین ورزش‌های تفریحی به عنوان فعالیتی آزاد و اختیاری می‌تواند نقش مهمی در سلامت جامعه داشته باشد. ورزش‌های تفریحی به ورزش‌هایی اطلاق می‌شود که از شمولیت گسترده اجتماعی برخوردار بوده و رویکرد محله محور، خانواده محور و شهروند محور داشته و در راستای توسعه و ترویج فرهنگ تفریح، نشاط و شادابی در بین مردم و همچنین به جهت بهره‌مندی همگانی از سایر ابعاد ورزشی تفریحی از جمله برگزاری جشنواره‌های محلی و ... حاصل می‌شود. ورزش‌های تفریحی اغلب به شکل اختیاری انجام شده و از آنجایی که این نوع ورزش‌ها معمولاً به شکل تفریحی در اوقات فراغت انجام می‌شود معمولاً تداوم ندارد. به همین سبب و با توجه به اهمیت گسترش این نوع از ورزش ضروری به نظر می‌رسد که عوامل موثر بر تداوم ورزش‌های تفریحی در بین مشارکت‌کنندگان که در این پژوهش تحت عنوان وفاداری یاد می‌شود بررسی و مشخص گردد. بهبود وفاداری به عنوان یک نگرانی و دغدغه اصلی در فضای ورزشی همواره مدنظر محققان بوده است و پژوهش‌های مختلفی نیز در این حوزه به انجام رسیده است. براساس نظر پژوهشگران (۲۰۰۸) وفاداری به عنوان یک مساله مهم در صنعت ورزش مشخص می‌باشد که می‌بایستی مورد توجه جدی واحدهای تجاری در ورزش قرار گیرد (۱۶). برخی نیز مشخص نمودند که ورزش‌های تفریحی در جهت توسعه خود می‌بایستی، تلاش‌های هدفمندی در جهت بهبود وفاداری مشتریان خود اقدام نمایند. در پژوهش‌های مختلفی نیز عوامل موثر بر وفاداری افراد حاضر در ورزش را مورد بررسی قرار داده‌اند (۱۷). در داخل کشور نیز پژوهش‌ها اشاره داشتند که مسائل خدماتی نقش مهمی در بهبود وفاداری افراد دارد (۱۸). از طرفی سرمایه گذاری در مسائل ورزشی سبب می‌گردد تا وفاداری مشارکت کنندگان ورزشی را بهبود دهد (۱۹). ایواساکی و هایتز (۲۰۰۴) نیز مشخص نمودند که توجه به جنبه‌های اجتماعی می‌تواند در راستای بهبود وفاداری افراد حاضر در ورزش تاثیرگذار باشد. با توجه به بررسی‌های انجام شده در این حوزه مشخص می‌باشد که ابهامات اساسی در خصوص بهبود وفاداری مشارکت‌کنندگان در ورزش‌های تفریحی وجود دارد که این مساله سبب گردیده است تا خلا تحقیقاتی در این حوزه درک گردد (۲۰).

از این رو ضرورت و اهمیت پژوهش حاضر در دو بعد علمی و کاربردی قابل طرح است؛ در بعد علمی، با توجه به محدودیت پژوهش در زمینه فرایند ارائه خدمات ورزشی در کشور به‌طور کلی و نبود پژوهشی در زمینه بررسی این ارتباطات بین ابعاد عوامل موثر در انتخاب ارایه کنندگان خدمات ورزش‌های تفریحی و

علاقه ورزشی، اکثریت نمونه آماری (۴۲ درصد) علاقه زیاد و کمترین (۲ درصد) علاقه خیلی کمی به انجام فعالیت‌های ورزشی داشتند.

در قسمت آمار استنباطی، با استفاده از روش PLS علاوه بر ارزیابی نقش کلی متغیرها، مدلی مناسب برای این پژوهش ارائه شده است. در پی.ال.اس، برازش مدل معادلات ساختاری در سه بخش ۱- مدل اندازه‌گیری، ۲- مدل ساختاری و ۳- مدل کلی ارزیابی می‌شود. در مدل اندازه‌گیری، اعتبار ابزارهای اندازه‌گیری پژوهش با استفاده از سه معیار پایایی مانند آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و ضرایب بارهای عاملی (هولاند، ۱۹۹۹) و دو معیار روایی همگرا و واگرا مورد آزمون قرار می‌گیرد. مقدار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بالاتر از ۰/۷ نشان‌دهنده پایایی درونی مناسبی برای مدل اندازه‌گیری است. همچنین، برای روایی همگرا، مگنرو همکاران (۱۹۹۶) مقدار ۰/۴ به بالا را مناسب می‌دانند (۲۱).

همان‌گونه که در جدول شماره ۱ مشاهده می‌شود، هر چهار متغیر پژوهش دارای پایایی و روایی همگرایی مطلوبی هستند. علاوه بر این در شکل شماره ۱ نیز تمامی سؤال‌های (شاخص‌ها) مربوط به متغیرهای پژوهش از بار عاملی قابل قبول (بالاتر از ۰/۵) برخوردارند که این مطلب نشان‌دهنده پایایی مناسب مدل پژوهش می‌باشد.

اعمال تغییرات جزئی، تعداد ۵۰ پرسش‌نامه در بین جامعه آماری توزیع شد و با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی، در مجموع ۱۳ سؤال (شاخص) به دلیل داشتن بار عاملی کمتر از ۰/۴ از پرسش‌نامه‌ها حذف شدند و روایی سازه ابزار اندازه‌گیری تأیید شد. همچنین، ضرایب آلفای کرونباخ نشان داد که ابزار اندازه‌گیری پژوهش از پایایی کافی و قابل قبولی برخوردار بود (جدول شماره ۱)؛ در نتیجه، دو پرسش‌نامه نهایی که در فرایند پژوهش به کار گرفته شدند، شامل پرسشنامه عوامل زمینه‌ای در قالب ۴ مؤلفه عوامل ورزشی (۱۳ گویه)، تفریحی (۱۴ گویه)، هنری (۸ گویه) و فرهنگی (۷ گویه) و همچنین پرسشنامه وفاداری در قالب ۱۳ گویه و دو مؤلفه وفاداری نگرشی و رفتاری بودند. همچنین، سؤال‌های پرسش‌نامه از نوع پاسخ‌بسته و براساس مقیاس لیکرت ارزش‌گذاری شده بودند. لازم به ذکر است که پس از حذف پرسشنامه‌های ناقص یا تکمیل نشده تعداد ۳۶۱ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل آماری با استفاده از نرم افزارهای SPSS نسخه ۲۰ و PLS نسخه ۳ انجام شد.

### یافته‌های پژوهش

توصیف یافته‌های پژوهش در دو بخش ویژگی‌های فردی آزمودنی‌ها و متغیرهای پژوهش ارائه شده است. بیشترین درصد آزمودنی‌ها در رده سنی ۲۱-۳۲ سال (۶۴ درصد) و کمترین بالای ۳۲ سال (۹ درصد) قرار داشتند. همچنین از نظر میزان

جدول ۱- مقادیر آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرایی مربوط به متغیرهای پژوهش

متغیر (سازه)	شاخص آماری	
	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
عوامل ورزشی	۰/۸۹۹	۰/۹۱۲
عوامل تفریحی	۰/۹۱۹	۰/۹۴۲
عوامل هنری	۰/۷۸۹	۰/۷۹۵
عوامل فرهنگی	۰/۸۱۵	۰/۸۴۹
وفاداری	۰/۸۸۷	۰/۸۹۸

این مطلب نشان‌دهنده روایی واگرایی مناسب در مدل اندازه‌گیری پژوهش حاضر است؛ بنابراین، با توجه به مقادیر مناسب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی، بارهای عاملی، روایی همگرا و واگرا، تمام سؤال‌های پژوهش کفایت لازم را در تبیین متغیرهای مربوطه دارند؛ در نتیجه، برارزش مدل اندازه‌گیری پژوهش تأیید می‌شود.

در بخش برازش مدل ساختاری، روابط موجود در مدل پژوهش با استفاده از معیارهایی نظیر اعداد معناداری T و ضریب

در روایی واگرا، میزان همبستگی بین شاخص‌های یک سازه با سازه‌های مربوطه و سایر سازه‌های پژوهش، از طریق روش بارهای عاملی متقابل (بارهای عرضی) بررسی می‌شود؛ به طوری که باید میزان همبستگی (بار عاملی) یک شاخص با سازه خود در مقایسه با سازه‌های دیگر بیشتر باشد (۲۱).

بر اساس نتایج جدول شماره دو، بارهای عرضی سؤال‌های هر یک از سازه‌های پژوهش که با رنگ تیره مشخص شده‌اند، در مقایسه با سایر سازه‌ها از مقدار بیشتری برخوردار هستند که

فرضیه‌های پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شوند (۲۱).

با توجه به شکل شماره دو، مقدار آماره تی بین هر سه متغیر عوامل ورزشی، تفریحی و فرهنگی با متغیر وفاداری به ترتیب ۴/۲۱۸، ۲/۲۸۳ و ۳/۰۹۵ بزرگ‌تر از مقدار ملاک؛ یعنی ۱/۹۶ است که این مطلب نشان‌دهنده مناسب بودن مدل ساختاری پژوهش است. لذا تأثیر سه متغیر مذکور بر وفاداری معنادار می‌باشد. علاوه بر این ضریب  $T$  بین دو متغیر عوامل هنری و وفاداری کوچکتر از مقدار ملاک است.

تعیین ( $R^2$ ) ارزیابی شده است. ضریب تعیین نشان‌دهنده تأثیر یک متغیر برون‌زا (مستقل) بر یک متغیر درون‌زا (وابسته) است و چاین<sup>۱</sup> (۱۹۹۸)، به نقل از داوری و رضازاده، (۱۳۹۵) سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ را به‌عنوان ضریب تعیین برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی معرفی می‌کند. با توجه به شکل شماره یک، سازه وفاداری (۰/۸۵۷) دارای ضریب تعیین بسیار قوی بوده که نشان از برازش ساختاری مدل پژوهش دارد. معیار اعداد معناداری تی برای ارزیابی رابطه بین سازه‌ها در مدل پژوهش، کاربرد دارد. در صورت بیشتر بودن مقدار تی از ۱/۹۶،

جدول ۲- مقادیر بارهای عاملی متقابل هر یک از سؤالات تحقیق

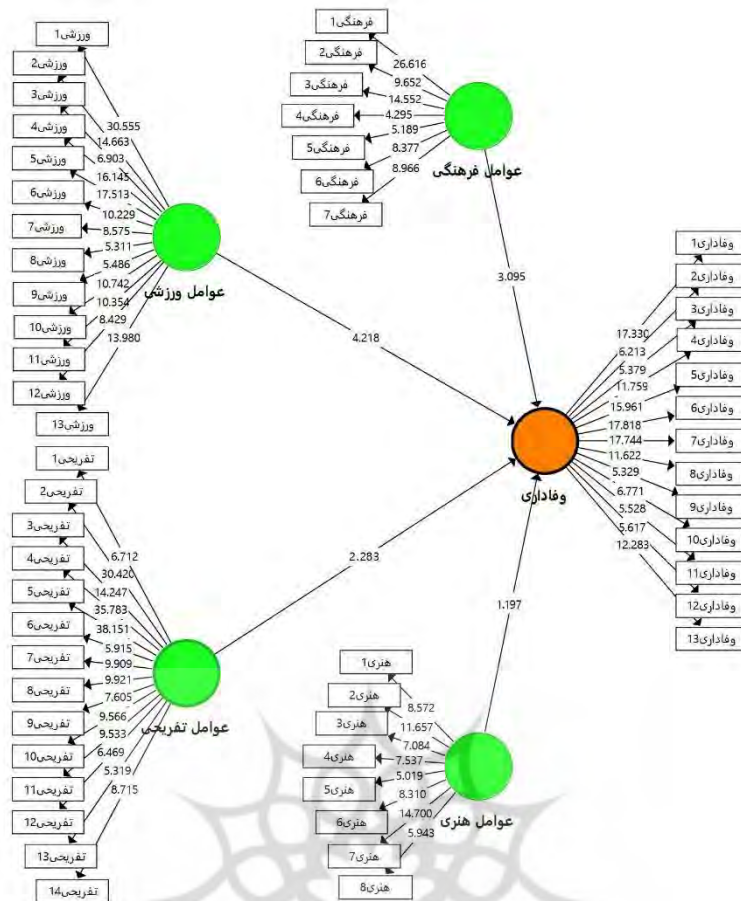
وفاداری	عوامل فرهنگی	عوامل هنری	عوامل تفریحی	عوامل ورزشی	شاخص
۰/۳۷۵	۰/۳۷۵	۰/۴۰۵	۰/۳۰۴	۰/۱۸۸۰	ورزشی ۱
۰/۴۲۷	۰/۴۲۷	۰/۳۷۶	۰/۳۷۱	۰/۷۶۵	ورزشی ۲
۰/۴۳۴	۰/۴۳۴	۰/۵۱۸	۰/۴۳۳	۰/۵۹۷	ورزشی ۳
۰/۴۷۸	۰/۴۷۸	۰/۴۲۷	۰/۳۶۳	۰/۷۱۶	ورزشی ۴
۰/۴۰۱	۰/۴۰۱	۰/۳۶۶	۰/۳۲۸	۰/۷۵۳	ورزشی ۵
۰/۵۱۰	۰/۵۱۰	۰/۳۷۲	۰/۲۸۶	۰/۶۶۱	ورزشی ۶
۰/۴۷۳	۰/۴۷۳	۰/۵۰۴	۰/۴۱۸	۰/۶۰۱	ورزشی ۷
۰/۴۸۸	۰/۳۰۹	۰/۳۹۶	۰/۳۲۷	۰/۵۱۰	ورزشی ۸
۰/۳۶۹	۰/۴۲۲	۰/۴۵۵	۰/۳۴۵	۰/۵۴۳	ورزشی ۹
۰/۴۹۵	۰/۳۸۱	۰/۴۰۱	۰/۳۷۳	۰/۷۱۱	ورزشی ۱۰
۰/۴۴۸	۰/۳۸۷	۰/۵۱۱	۰/۴۴۷	۰/۶۶۸	ورزشی ۱۱
۰/۳۷۱	۰/۴۲۲	۰/۳۷۶	۰/۳۲۶	۰/۵۶۹	ورزشی ۱۲
۰/۴۳۰	۰/۳۷۹	۰/۴۴۰	۰/۳۹۸	۰/۷۴۴	ورزشی ۱۳
۰/۴۹۳	۰/۳۲۰	۰/۵۰۹	۰/۵۷۳	۰/۵۰۲	تفریحی ۱
۰/۳۷۱	۰/۵۲۷	۰/۵۱۶	۰/۸۵۹	۰/۵۶۰	تفریحی ۲
۰/۴۳۰	۰/۳۹۳	۰/۶۱۶	۰/۷۹۲	۰/۶۶۹	تفریحی ۳
۰/۳۷۴	۰/۷۲۴	۰/۴۱۸	۰/۸۵۹	۰/۵۷۷	تفریحی ۴
۰/۴۵۰	۰/۶۶۴	۰/۴۸۸	۰/۹۳۴	۰/۴۳۶	تفریحی ۵
۰/۴۱۱	۰/۴۱۴	۰/۵۰۷	۰/۵۴۵	۰/۴۶۲	تفریحی ۶
۰/۳۸۴	۰/۶۱۹	۰/۴۱۹	۰/۶۷۱	۰/۴۱۷	تفریحی ۷
۰/۵۹۳	۰/۴۷۷	۰/۴۴۵	۰/۷۰۸	۰/۴۰۳	تفریحی ۸
۰/۵۰۱	۰/۳۱۶	۰/۵۹۷	۰/۶۳۹	۰/۵۰۶	تفریحی ۹
۰/۴۷۳	۰/۵۸۱	۰/۴۱۱	۰/۶۷۷	۰/۳۴۵	تفریحی ۱۰
۰/۳۷۱	۰/۴۹۱	۰/۴۰۵	۰/۶۳۴	۰/۵۳۴	تفریحی ۱۱
۰/۳۶۳	۰/۵۱۹	۰/۴۸۸	۰/۶۳۶	۰/۵۰۹	تفریحی ۱۲
۰/۴۴۹	۰/۴۳۱	۰/۳۸۸	۰/۵۶۱	۰/۵۲۵	تفریحی ۱۳
۰/۴۵۵	۰/۵۰۱	۰/۶۰۳	۰/۶۵۵	۰/۵۲۴	تفریحی ۱۴
۰/۳۶۴	۰/۳۶۶	۰/۶۶۱	۰/۵۱۵	۰/۵۰۸	هنری ۱
۰/۳۹۴	۰/۴۴۱	۰/۶۹۸	۰/۵۶۶	۰/۴۲۸	هنری ۲

<sup>۱</sup>- Chin



هنری ۳	۰/۳۲۶	۰/۴۰۱	۰/۵۸۳	۰/۴۷۰	۰/۴۵۴
هنری ۴	۰/۳۹۰	۰/۴۸۸	۰/۶۲۱	۰/۴۳۱	۰/۴۸۴
هنری ۵	۰/۳۸۵	۰/۳۹۸	۰/۵۵۱	۰/۳۴۸	۰/۵۰۰
هنری ۶	۰/۵۰۱	۰/۵۱۳	۰/۶۲۸	۰/۴۳۶	۰/۴۴۶
هنری ۷	۰/۴۷۳	۰/۵۳۹	۰/۷۴۲	۰/۴۲۸	۰/۴۴۷
هنری ۸	۰/۳۷۱	۰/۳۴۱	۰/۵۹۱	۰/۳۲۶	۰/۴۴۹
فرهنگی ۱	۰/۳۶۳	۰/۴۰۴	۰/۴۵۴	۰/۸۲۰	۰/۶۱۳
فرهنگی ۲	۰/۳۶۳	۰/۴۲۶	۰/۴۸۴	۰/۶۹۸	۰/۵۸۱
فرهنگی ۳	۰/۴۵۵	۰/۳۷۱	۰/۶۲۳	۰/۷۱۵	۰/۴۴۴
فرهنگی ۴	۰/۳۶۴	۰/۴۳۰	۰/۴۴۶	۰/۵۴۱	۰/۳۶۴
فرهنگی ۵	۰/۳۹۴	۰/۴۹۳	۰/۴۴۷	۰/۶۰۰	۰/۴۱۷
فرهنگی ۶	۰/۳۷۵	۰/۳۷۱	۰/۴۴۹	۰/۶۶۹	۰/۴۰۳
فرهنگی ۷	۰/۴۲۷	۰/۴۳۰	۰/۶۱۳	۰/۶۹۳	۰/۵۰۶
وفاداری ۱	۰/۴۳۴	۰/۳۷۴	۰/۵۸۱	۰/۳۹۳	۰/۸۲۴
وفاداری ۲	۰/۴۷۸	۰/۴۵۰	۰/۴۴۴	۰/۷۲۴	۰/۵۷۱
وفاداری ۳	۰/۴۰۱	۰/۴۱۱	۰/۳۶۴	۰/۶۶۴	۰/۵۰۶
وفاداری ۴	۰/۵۱۰	۰/۳۶۹	۰/۶۲۶	۰/۴۱۴	۰/۶۸۰
وفاداری ۵	۰/۴۷۳	۰/۵۱۴	۰/۲۸۹	۰/۶۴۴	۰/۷۴۳
وفاداری ۶	۰/۵۱۴	۰/۴۵۴	۰/۳۹۹	۰/۴۷۷	۰/۷۳۶
وفاداری ۷	۰/۵۳۸	۰/۵۳۹	۰/۵۶۵	۰/۳۱۶	۰/۷۸۹
وفاداری ۸	۰/۳۹۲	۰/۴۸۶	۰/۴۷۲	۰/۵۸۱	۰/۷۰۹
وفاداری ۹	۰/۲۷۸	۰/۳۹۲	۰/۵۰۴	۰/۴۹۱	۰/۵۰۵
وفاداری ۱۰	۰/۴۲۲	۰/۳۲۷	۰/۳۹۶	۰/۵۱۹	۰/۵۸۴
وفاداری ۱۱	۰/۳۷۹	۰/۳۴۵	۰/۴۵۵	۰/۴۳۱	۰/۵۶۷
وفاداری ۱۲	۰/۳۲۰	۰/۳۷۳	۰/۴۰۱	۰/۵۰۱	۰/۵۲۷
وفاداری ۱۳	۰/۵۲۷	۰/۴۴۷	۰/۵۱۱	۰/۳۶۶	۰/۷۲۵

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی



شکل ۲- ضرایب معناداری تی برای هریک از متغیرهای پژوهش و سؤال‌های مربوط به آن‌ها

همان‌گونه‌که در جدول شماره ۳ و شکل شماره ۲ مشاهده می‌شود، با توجه به ضریب معناداری مسیر، میان دو متغیر عوامل ورزشی و وفاداری (۴/۲۱۸)، عوامل تفریحی و وفاداری (۲/۲۸۳) و همچنین عوامل فرهنگی و وفاداری (۳/۰۹۵) که از ۱/۹۶ بیشتر است، با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان گفت که عوامل ورزشی حدود ۴۸ درصد (۰/۴۷۸)، عوامل تفریحی حدود

۲۹ درصد (۰/۲۸۵) و عوامل فرهنگی به میزان ۳۹ درصد (۰/۳۹۰) بر وفاداری زنان شرکت کننده در فعالیت های تفریحی اثر مستقیم دارند. همچنین، کوچکتری بودن ضریب T بین متغیر عوامل هنری و وفاداری از ۱/۹۶، نشان دهنده عدم تأثیر عوامل هنری بر وفاداری مشارکت کنندگان در فعالیت های تفریحی می باشد.

جدول ۳- نتایج آزمون تحلیل مسیر مربوط به اثر متغیرهای پژوهش بر وفاداری دانشجویان

جهت مسیر	ضریب مسیر	ضریب معناداری (تی)	نتیجه آزمون
فعالیت بدنی => عوامل ورزشی	۰/۴۷۸	۴/۲۱۸	تأیید
فعالیت بدنی => عوامل تفریحی	۰/۲۸۵	۲/۲۸۳	تأیید
فعالیت بدنی => عوامل فرهنگی	۰/۳۹۰	۳/۰۹۵	تأیید
فعالیت بدنی => عوامل هنری	۰/۲۲۳	۱/۱۹۷	عدم تأیید

در نهایت، برازش مدل کلی به وسیله معیار  $GOF$  ارزیابی می شود که از جذر حاصل ضرب میانگین مقادیر اشتراکی<sup>۲</sup> در میانگین ضریب تعیین ( $R^2$ ) سازه ها به دست می آید. وتزلس و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۰۹)، به نقل از داوری و رضازاده، (۱۳۹۵، ۹۸) سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی، برای برازش مدل کلی معرفی کرده اند که مقدار ۰/۶۲۲ نشان دهنده برازش قوی مدل پژوهش حاضر است.

$$GOF = \sqrt{\text{مقادیر اشتراکی} \times \text{ضریب تعیین}}$$

## بحث و نتیجه گیری

این پژوهش با هدف مطالعه عوامل موثر بر وفاداری دانشجویان زن مشارکت کننده در ورزش های تفریحی استان بوشهر انجام گرفت. نتایج تحقیق حاضر نشان داد که عوامل ورزشی، تفریحی و فرهنگی تاثیر معناداری بر وفاداری دانشجویان زن مشارکت کننده در ورزش های تفریحی استان بوشهر دارد. این نتیجه با نتیجه پژوهش جوادین و همکاران (۲۰۰۸) و ایواساکی و هاویتز (۲۰۰۴) در تطابق است. بر اساس نتایج بدست آمده می توان گفت که فعالیت یا خدماتی که توسط شرکت یا سازمان های ورزشی به مشارکت کنندگان ارائه می شود می تواند انگیزه افراد برای شرکت مجدد در فعالیت های ورزشی را افزایش دهد. توجه به امکانات و خدمات ورزشی سبب خواهد گردید تا مخاطبان گسترده ای در ورزش های تفریحی جذب شوند. همچنین توجه به فعالیت های هنری و فرهنگی نیز از جمله عواملی است که می تواند به منظور جذب و تداوم مشارکت زنان در ورزش های تفریحی مد نظر قرار گیرد. بر این اساس می بایست به منظور توسعه ورزش های تفریحی و افزایش وفاداری زنان در این زمینه به منظور گذران بهتر اوقات فراغت آنان و استفاده مطلوب از امکانات موجود در زمینه ورزش و تفریحات سالم، شهرداری ها موظف هستند که در تمام مناطق شهر یک پارک و یا فضای مناسب ورزشی از هر جهت راه جداگانه به ورزش بانوان اختصاص دهد. همچنین بانوان به دلیل شرایط خاص فیزیکی و همچنین شرایط اجتماعی استحقاق دریافت امکانات و توجه بیشتری را دارند.

محدودیت ها در فضای ورزشی بیش از آقایان، بانوان را تحت تاثیر قرار خواهد بود. کمبود امکانات در حوزه عوامل ورزشی، تفریحی، فرهنگی و هنری می تواند موجب کاهش انگیزه در بین بانوان به منظور مشارکت در فعالیت های ورزشی شود.

به صورت کلی و با توجه به یافته های تحقیق می توان پیشنهاد نمود که ارائه کنندگان خدمات ورزش های تفریحی بر ابعاد ورزشی، تفریحی و فرهنگی توجه بیشتری داشته باشند تا بتوانند مخاطبان بیشتری را جذب کنند. همچنین در بین ابعاد مختلف، بعد ورزشی دارای بیشترین سطح نسبت به دیگر ابعاد در تعیین انتخاب مصرف کنندگان

از خدمات ورزشی و تفریحی می باشد. بنابراین توصیه می شود ارائه کنندگان خدمات، با بهبود ابعاد مختلف بخصوص بعد ورزشی انگیزه استفاده از خدمات را در بین مصرف کنندگان ارتقا دهند. از طرفی در زمینه ارائه خدمات ورزشی، ضمن اختصاص هزینه، جهت دریافت کنندگان این خدمات، باید محل مطلوبی را جهت ارائه این خدمات انتخاب نمایند. زیرا مصرف کنندگان این خدمات ورزشی اهمیت بیشتری به هزینه خدمات و نزدیکی یا دوری به محل کار یا زندگی خود می دهند. بنابراین ارائه کنندگان این خدمات در صورتی می توانند به کسب سود برسند که علاوه بر خدمات مناسب، محل مناسب، هزینه قابل قبول و همچنین استفاده از نوآوری را نیز به عنوان اولویت کاری و خدماتی خود در نظر داشته باشند. ارائه کنندگان خدمات ورزشی تفریحی در بعد تفریحی باید این مساله را در نظر داشته باشند که ارائه خدمات در این بعد با بعد ورزشی متفاوت است چرا که مصرف کنندگان این خدمات انتظارات متفاوتی نسبت به ارائه خدمات ورزشی دارند. در این بعد ارائه کنندگان باید در ابتدا کیفیت خدمات ارائه شده را در اولویت اول خدمات خود قرار دهند و در اولویت بعدی نیز هزینه خدمات را در نظر بگیرند زیرا در این بعد ارائه کیفیت برای مشتری و مصرف کننده نسبت به قیمت ارجح تر است. همچنین در اولویت بعدی ترویج رسانه- ای نیز می تواند در استفاده مصرف کننده در بعد تفریحی ایجاد انگیزه مناسب نماید و ارائه کنندگان باید این اولویت را نیز مدنظر قرار دهند.

## ملاحظات اخلاقی

پیش از اجرای پژوهش به شرکت کنندگان اطمینان داده شد که نتایج تحقیق محرمانه خواهد بود.

## پیروی از اصول اخلاق پژوهش

این پژوهش برگرفته از پایان نامه دکترتارا و زیر نظر دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی انجام گرفته است. تمام نکات اخلاقی شامل دقت در استناددهی، قدردانی از دیگران، رعایت ارزش های اخلاقی در گردآوری داده ها، رعایت حریم خصوصی شرکت کنندگان توسط پژوهشگران مدنظر قرار گرفته است.

## حمایت مالی

تمام منابع مالی و هزینه پژوهش و انتشار مقاله تماماً بر عهده نویسندگان بوده و هیچ گونه حمایت مالی دریافت نشده است.

## مشارکت نویسندگان

مقاله برگرفته از پایان نامه مقطع دکترتارا است. نویسنده اول دانشجوی مقطع دکتری و نویسنده مسئول است؛ نویسنده دوم استاد راهنمای اول؛ نویسنده سوم استاد مشاور اول و نویسنده چهارم استاد مشاور دوم پایان نامه می باشند.

3 -Wetzels

1- Goodness of Fit

2 - Communality

تفریحی» است (گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران) است و با منافع شخصی یا سازمانی منافات ندارد.

- Nimrozi Nokhi, Nowruz & Sahneh, Bahman. (2020). A comparative study of women's sports participation in Golestan province. *Women and Society Fall 1399, Year 11 - Issue 3* (Ministry of Science) / ISC (16 pages - from 323 to 338). [persian].
- Naghdi, A, Balali, I, Imani, P. (2011). Socio-cultural barriers to women's participation in sports activities. *Women in Development and Politics*, 9 (1), 147-163. [persian].
- Madadi, Bahman; Velayati, Somayeh; Salehi Pourmehr, Hossein (2011). Investigating the role of promoting factors in participation in public sports, National Conference on Sports Recreation of Tehran Municipality, pp. 89-85. [persian].
- Antunovic, D. (2019). "We wouldn't say it to their faces": Online harassment, women sports journalists, and feminism. *Feminist Media Studies*, 19(3), 428-442
- Bloom, M. R., & Grant, M. W. (2005). Strengthening Canada: The socio-economic benefits of sport participation in Canada. Conference Board of Canada.
- Milne, M., Divine, A., Hall, C., Gregg, M., & Hardy, J. (2014). Non- Participation: How Age Influences Inactive Women's Views of Exercise. *Journal of applied biobehavioral research*, 19(3), 171-191.
- Riot, C. (2015). Female Participation in Sport and Active Recreation. *ASPETAR. Sports Med. J*, 4(1).
- Laar, R., Zhang, J., Yu, T., Qi, H., & Ashraf, M. A. (2019). Constraints to women's participation in sports: A study of participation of Pakistani female students in physical activities. *International journal of sport policy and politics*, 11(3), 385-397.
- Johnson, C. Y., Bowker, J. M., & Cordell, H. K. (2001). Outdoor recreation constraints: An examination of race,

- این نوشتار برگرفته از پایان‌نامه دکترتاً تحت عنوان «مدل‌سازی عوامل موثر بر وفاداری زنان مشارکت کننده در ورزش‌های gender, and rural dwelling. *Journal of Rural Social Sciences*, 17(1), 6.
- Walseth, K., & Strandbu, Å. (2014). Young Norwegian-Pakistani women and sport: How does culture and religiosity matter?. *European physical education review*, 20(4), 489-507.
  - Schroeder, S. A., Fulton, D. C., Nemeth, M. L., Sigurdson, R. E., & Walsh, R. J. (2008). Fishing in the neighborhood: understanding motivations and constraints for angling among Minneapolis–St. Paul, Minnesota metro residents. Pages xxx–xxx in R. In *Urban and community fisheries programs: development, management, and evaluation*. American Fisheries Society, Symposium (Vol. 67).
  - Ahmad, R. H. (2015). Women sports in India-constraints, challenges, complications, and its remedies. *International Journal of Applied Research*, 1(13), 656-659.
  - Carter, A. R., & Richardson, F. M. (2016). Controlling media, controlling access: The role of sport media on Black women's sport participation. *Race, Gender & Class*, 23(1-2), 7-33.
  - Eime, R., Casey, M., & Harvey, J. (2020). Developing sport for girls and adolescents. In *Developing Sport for Women and Girls* (pp. 19-31). Routledge.
  - Chelongar L., & Ghasemi V. (2020). Investigating the effective factors on women's participation in cultural activities and presenting solutions (Case study: Cultural centers of Isfahan Municipality Cultural and Recreational Organization). *International Conference on Management Research and Humanities in Iran*. Management Research Institute. Volume 6. [persian].
  - Filo, K., Funk, D. C., & Alexandris, K. (2008). Exploring the role of brand trust in the relationship between brand associations and brand loyalty in sport and

fitness. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 3(1-2), 39-57.

- Park, S. H., & Kim, Y. M. (2000). Conceptualizing and measuring the attitudinal loyalty construct in recreational sport contexts. *Journal of sport management*, 14(3), 197-207.

- Javadein, S. R. S., Khanlari, A., & Estiri, M. (2008). Customer loyalty in the sport services industry: the role of service quality, customer satisfaction, commitment and trust. *Journal of Human Sciences*, 5(2): 14. [persian].

- Shin, S., Chiu, W., & Lee, H. W. (2019). Impact of the social benefits of intramural sports on

-Korean students' quality of college life and loyalty: A comparison between

lowerclassmen and upperclassmen. *The Asia-Pacific Education Researcher*, 28(3), 181-192.

- Iwasaki, Y., & Havitz, M. E. (2004). Examining relationships between leisure involvement, psychological commitment and loyalty to a recreation agency. *Journal of leisure research*, 36(1), 45-72.

-Davari, A., Rezazadeh, A. (2016). *Structural Equation Modeling with Software PLS. Publishing Jahad Daneshgahi Organization*, 67-100. [persian]



