

Research on Educational Sport

Sport Sciences Research Institute of Iran

Monthly Journal of Research on Educational Sport

Fall 2023/ Vol. 11/ No. 32/ Pages 205-218

Modeling Revenue Generation of University Sports in Iran

A. Abdollahi¹, Y. Badriazarin^{2*}, M. R. Khodadadi³

1. PhD Student in Sports Management, University of Tabriz, Tabriz, Iran
2. Professor in Sports Management, University of Tabriz, Tabriz, Iran
3. Associate Professor in Sports Management, University of Tabriz, Tabriz, Iran

Received: 2023/04/26

Accepted: 2023/09/02

Abdollahi, A; Badriazarin, Y; & Khodadadi, M. R. (2023). Modeling Revenue Generation of University Sports in Iran. *Research on Educational Sport*, 11(32), 205-218. In Persian. DOI: 10.22089/RES.2023.14660.2370

Abstract

The purpose of the present study was to present a model and examine the factors affecting the revenue generation of university sports. This study was an applied, quantitative research and of field type, which was conducted using a researcher-made questionnaire. The research statistical population included managers and physical education experts of the country's state universities and higher education institutions affiliated to the Ministry of Science, from among whom, 300 individuals were selected by simple random as the research sample. The data collection tool was a researcher-made questionnaire. To analyze the data, the statistical method of structural equation modeling and confirmatory factor analysis were used in SmartPLS 3.1.1 software. The results showed that the research model has a suitable fit. Additionally, the causal factors have a significantly positive effect on revenue generating mechanisms ($p=0.000$; $t=65.678$), revenue generating mechanisms ($p=0.000$; $t=4.692$), governing platforms ($p=0.000$; $t=2.782$) and intervening factors ($p=0.000$; $t=9.270$). Besides, there was a significant effect on the strategies and the strategies also had a significantly positive effect on the revenue -generating consequences of university sports ($p=0.000$; $t=145.497$). Therefore, identifying and improving factors affecting the revenue generation of university sports can lead to the development of university sports.

Keywords: Economic Development, Sports Development, Revenue Generation, University Sports.

* Corresponding Author: Yaghoob Badriazarin, Tel: 09143114347,
E-mail: badriazarin@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-3576-3265>



Copyright: © 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Extended Abstract

Background and Purpose

The environment of universities to attract financial sponsors is such that financial sponsors do not have much experience to operate in (1-3). Knowing this environment and being aware of the university's capacities, both in terms of structure and hardware (sports venues and facilities) and in terms of software and science, can be attractive and effective for financial sponsors (4, 5). Additionally, due to the fact that no scientific research has been done so far regarding income generation and attracting financial sponsors in university sports, so the present study aimed at modeling the structural equations of revenue generation in university sports.

Materials and Methods

This study was an applied, quantitative research and of field type, which was conducted using a researcher-made questionnaire. The statistical population of this research was managers and physical education experts of state universities across the country and higher education institutions affiliated to the Ministry of Science (National Universities, Payam Noor, Applied Scientific University, Cultural, Technical and Professional Universities). Due to the unknown number of the statistical population and a maximum use of 300 individuals in SmartPLS software, the research sample was determined to be 300 individuals, who were selected through the simple random sampling.

Since this study was extracted from the doctoral thesis, the questionnaire used in this research was obtained from the interviews conducted in the qualitative part of the thesis. This questionnaire had 5 components: causal factors (15 items), governing platform (18 items), revenue generating mechanisms (12 items), intervening factors (21 items), strategies (18 items), and consequences (12 items). The validity of this questionnaire was examined using face validity, divergent validity and convergent validity (AVE criterion) and its reliability was examined using Cronbach's alpha, composite reliability and the factor loadings of each item in the questionnaire. All the criteria showed that the relevant instrument has high validity and reliability. After collecting the data, the statistical method of structural equation modeling and confirmatory factor analysis were used in SmartPLS 3.1.1 software to analyze the data.

Results

The research results showed that the root value of AVE of all the first-order variables is higher than the correlation value between them, which shows the appropriate divergent validity. The value of the AVE index of all the variables was higher than 0.5, showing the appropriateness of the convergent validity. In addition, all VIF values were less than 5, indicating that the collinearity between dimensions was acceptable. Cronbach's alpha and combined reliability of all variables were more than 0.7 and the factor loadings of all questionnaire items were above 0.4. As a result, all criteria showed that the research model has a good fit.

The most basic criterion for measuring the relationship between variables in the model (structural part) is the significant numbers of t. If the value of these numbers exceeds 1.96, it indicates the correctness of the relationship between the variables and consequently, the research hypotheses are confirmed at the confidence level of 0.95. Further, the significant value also points to the same issue, and if it is less than 0.05, the relationship between the variables is accepted at the confidence level of 0.95. Of course, it should be noted that the numbers only show the accuracy of the relationship and the intensity of the relationship between the variables cannot be measured through it. The

standardized coefficient can be used to understand the intensity of the relationship and compare it with other relationships (relationships in the model). According to the interpretive pattern in structural equation modeling and since the value of the t statistic for all paths is greater than 1.96, it can be stated that the corresponding path is significant at the 95% level. Hence, all the research hypotheses were confirmed in the present study.

Finally, the results showed that the causal factors have a significantly positive effect on the mechanisms of revenue generation ($p=0.000$; $t=65.678$), revenue generating mechanisms ($p=0.000$; $t=4.692$), governing platforms ($p=0.000$; $t=2.782$) and intervening factors ($p=0.000$; $t=9.270$). Besides, there was a significant effect on the strategies and the strategies also had a significantly positive effect ($p=0.000$; $t=145.497$).

Discussion and Conclusion

According to the results obtained, the study's findings are in line with the results of Zhao et al. (2022), Vishnevskaya et al. (2020) and Perez et al (6-8). Based on the findings of the research, it can be noted that if revenue generation is established correctly and based on sufficient principles in universities, it can lead to the establishment of knowledge-based sports companies, job creation for elite youth in terms of establishing and equipping sports facilities and increase of the income of sports departments of universities.

Keywords: Economic Development, Sports Development, Revenue Generation, University Sports.

References

1. Afshari M, Fattahpur Marandi M, Mirsafian H, Mohammad Hasan F. Financial Support: An Approach to Get Fund of Sports Projects in Western Azerbaijan Province. *Sport Management Studies*. 2018;10(47):67-84.
2. Dufau B, Terrien M, Carin Y, Andreff W. French amateur football clubs' finance and revenue volatility: the determinants of demand shocks. *Applied Economics Letters*. 2022;1-5.
3. Soebbing BP, Seifried CS, Tutka P. If You Rebuild It, Will They Come? The Impact of Renovated Sports Facilities on Total Revenue and Attendance. *Journal of Sport Management*. 2022;1(aop):1-13.
4. Santos JC, Sagas M. Differential effects of sport type and sport category on time demands and well-being of college athletes. *International Journal of Human Movement and Sports Sciences*. 2022;10(1):22-30.
5. Rashidlamir A, khabiri m, goodarzi m, jalali m. Modeling of Organizational Internal Factors Affecting Attracting Sponsors to Wrestling in Iran. *Sport Physiology & Management Investigations*. 2017;9(2):85-99.
6. Zhao B, Chen J, Song T. The Integrated Sustainable Development Mechanism of Sports Industry Based on Recombination Fusion Mode. *Computational Intelligence and Neuroscience*. 2022;2022.
7. Vishnevskaya N, Vishnevskiy D, Steshenko J, editors. Studying Foreign Experience of Physical Culture and Sport Sphere Financing. First International Volga Region Conference on Economics, Humanities and Sports (FICEHS 2019); 2020: Atlantis Press.
8. Perez ATE, Rossit DA, Tohme F, Vasquez OC. Mass customized/personalized manufacturing in Industry 4.0 and blockchain: Research challenges, main problems, and the design of an information architecture. *Information Fusion*. 2022; 79:44-57.

پژوهش در ورزش تربیتی

پژوهشگاه تربیت بدنی

فصلنامه پژوهش در ورزش تربیتی

پاییز ۱۴۰۲، دوره ۱۱، شماره ۳۲، صفحه‌های ۲۱۸-۲۰۵

مدل سازی درآمدهای ورزش دانشگاهی در ایران

عسکر عبداللهی^۱، یعقوب بدری آذرین^{۲*}، محمدرسول خدادادی^۳

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه تبریز

۲. دانشیار، دانشگاه تبریز

۳. استادیار، دانشگاه تبریز

Abdollahi, A; Badriazarin, Y; & Khodadadi, M. R. (2023). Modeling Revenue Generation of University Sports in Iran. *Research on Educational Sport*, 11(32), 205-218. In Persian. DOI: 10.22089/RES.2023.14660.2370

دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۲/۰۶

پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۶/۱۱

چکیده

هدف پژوهش حاضر، ارائه مدل و بررسی عوامل مؤثر بر درآمدهای ورزش دانشگاهی بود. این پژوهش از نوع کاربردی، کمی و میدانی بود که با استفاده از پرسش‌نامه محقق‌ساخته انجام شد. جامعه آماری پژوهش، مدیران و کارشناسان تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی کشور و مؤسسات آموزش عالی وابسته به وزارت علوم بودند که از بین آن‌ها، ۳۰۰ نفر به صورت تصادفی ساده به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسش‌نامه محقق‌ساخته بود و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش آماری مدل‌سازی معادلات ساختاری و نوع خاص آن، تحلیل عاملی تأییدی در نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس نسخه ۳.۱.۰۱ استفاده شد. نتایج نشان داد، مدل پژوهش از برازش مناسب برخوردار است. همچنین عوامل علی تأثیر مثبت و معناداری بر سازوکارهای درآمدهای ورزش دانشگاهی ($t=65/678, P=0/000$)، سازوکارهای درآمدهای ورزش دانشگاهی ($t=4/692, P=0/000$)، بسترهای حاکم ($t=2/782, P=0/000$) و عوامل مداخله‌گر ($t=9/270, P=0/000$) تأثیر مثبت و معناداری بر راهبردها و راهبردها نیز تأثیر مثبت و معناداری بر پیامدهای درآمدهای ورزش دانشگاهی داشتند ($t=145/497, P=0/000$)؛ بنابراین شناسایی و بهبود عوامل مؤثر بر درآمدهای ورزش دانشگاهی می‌تواند موجب توسعه ورزش دانشگاهی شود.

واژگان کلیدی: توسعه اقتصادی، توسعه ورزشی، درآمدهای ورزش دانشگاهی.

* Corresponding Author: Yaghoob Badriazarin, Tel: 09143114347,
E-mail: badriazarin@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-3576-3265>



Copyright: © 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

مقدمه

در دنیای صنعتی و رقابتی امروز، ارتباط و مشارکت صنعت ورزش با شرکت‌های تجاری به‌عنوان شراکتی که هر دو طرف از این شراکت سود می‌برند، اثبات شده است (صادقی آرانی و همکاران، ۲۰۲۲؛ کیم و کیم^۱، ۲۰۲۳) و بدون این شراکت و ارتباط، نه ورزش می‌تواند به حیات خود ادامه دهد و نه شرکت‌های تجاری می‌توانند سود مدنظر خود را کسب کنند (که^۲، ۲۰۲۳؛ موکل و علیدوست، ۲۰۲۰). اهمیت و لزوم توجه به ورزش دانشگاهی^۳ و تلاش برای توسعه آن در دانشگاه‌ها با توجه به اثرات سودمند ورزش از نظر افزایش توانایی‌های جسمانی و روانی آن، سبب تعالی جامعه خواهد شد (سانتوس و ساگاس^۴، ۲۰۲۲؛ رشیدلمیر و همکاران، ۲۰۱۷). در کشور ما ارتباط بسیار کمی بین ورزش دانشگاهی و ورزش ملی وجود دارد و می‌توان گفت که ورزش دانشگاهی جدا از ورزش ملی است و به‌صورت مستقل و در محیط مختص دانشگاهی و بدون ارتباط مؤثر با سایر سازمان‌ها و ارگان‌های ورزشی کشور به فعالیت کج‌دار و مریز خود ادامه می‌دهد (خارکن و همکاران، ۲۰۲۲). این امر باعث شده است که ورزش دانشگاهی در عرصه ملی و جامعه، درجه اهمیت کمتری داشته باشد. در حال حاضر مشکلات اقتصادی موجود در جامعه و تأمین نشدن منابع مالی لازم برای پاسخ‌گویی به نیازهای ورزش قشر دانشگاهی و پیدا کردن راهکارهایی برای درآمدزایی و جذب حامیان مالی، یکی از دغدغه‌های مهم مدیران تربیت‌بدنی دانشگاه‌های کشور است (امیری پریان و همکاران، ۲۰۲۱)؛ از این‌رو مدیران تربیت‌بدنی دانشگاه‌ها باید با شناسایی و تعیین عوامل تأثیرگذار و جذب حامیان مالی و درآمدزایی برای ورزش دانشگاه‌ها، در راستای توسعه ورزش دانشگاهی در ابعاد مختلف گام بردارند.

ورزش دانشگاهی به‌عنوان بخشی از ورزش آموزشی، باید با فراهم کردن زمینه‌های لازم و ایجاد فرصت مناسب برای همه دانشجویان، موجب تقویت جسمی و روانی دانشجویان شود (ویدال^۵ و همکاران، ۲۰۲۳؛ تاشپولاتوف^۶، ۲۰۲۲). در واقع، رسالت اصلی ورزش دانشگاهی در راستای سلامتی، بهبود کیفیت زندگی و ایجاد روحیه نشاط و شادابی در جامعه است (سانچز^۷ و همکاران، ۲۰۲۳؛ وانگ و ژانگ^۸، ۲۰۲۳؛ شوتووا و آندریاشچنکو^۹، ۲۰۲۰)؛ بر همین اساس، در بند ۴۴ برنامه ششم توسعه اقتصادی و اجتماعی جمهوری اسلامی ایران، بر توسعه تربیت‌بدنی و ورزش در تمام سطوح تأکید شده است و در بخش ورزش دانشجویی هم به توسعه ورزش همگانی در کنار ورزش قهرمانی و حرفه‌ای در دانشگاه‌ها، تجهیز و توسعه امکانات ورزشی تأکید شده است (حسینیان مهاجر و همکاران، ۲۰۲۲). دستیابی به این اهداف در گرو داشتن منابع مالی پایدار است که با وضعیت بحران اقتصادی کنونی در جامعه و کمبود منابع مالی که از طرف دولت تأمین می‌شود، بسیار دشوار به نظر می‌رسد؛ بنابراین مدیران ورزشی دانشگاه‌ها باید با بررسی و شناخت راهکارهای اساسی برای جذب منابع مالی متنوع و درآمدزایی، بتوانند یکی از مشکلات اساسی تأمین منابع مالی در ورزش دانشگاه‌ها را به سرانجام مطلوب برسانند.

1. Kim & Kim
2. Ke
3. University Sports
4. Santos & Sagas
5. Vidal
6. Tashpulatov
7. Sánchez
8. Wang & Zhang
9. Shutova & Andryushchenko

در شرایط کنونی ورزش دانشگاه‌ها، درآمدزایی و جذب حامی مالی با هدف پیشبرد و توسعه طرح‌ها و پروژه‌های ورزشی برای مدیران ورزشی، ضروری و انکارناپذیر است (افشاری و همکاران، ۲۰۱۸؛ دوفائو^۱ و همکاران، ۲۰۲۲؛ سوئینگ^۲ و همکاران، ۲۰۲۲). جذب حامی مالی یکی از مهم‌ترین منابع درآمدی ورزش محسوب می‌شود که می‌تواند در این شرایط بحران اقتصادی کشور، به کمک ورزش دانشگاه‌ها آید و بسیاری از مشکلات و معضلات ورزش دانشگاهی را رفع کند (خدادادی و همکاران، ۲۰۱۹). شواهد حاکی از آن است که تعداد زیادی از دانشگاه‌ها با مشکلات مالی دست و پنجه نرم می‌کنند و به همین دلیل بسیاری از پروژه‌های ورزشی به صورت ناتمام به حال خود رها شده است یا برخی دانشگاه‌ها حتی توانایی اعزام دانشجویان به مسابقات مختلف ورزشی را ندارند. همچنین برخی دانشگاه‌ها با توجه به هزینه زیاد فعالیت برخی رشته‌های ورزشی، مجبور به تعطیل کردن آن‌ها شده‌اند. در این شرایط حامی مالی می‌تواند به‌عنوان ابزار اقتصادی قوی و منبع مالی بزرگ به کمک ورزش دانشگاهی آید و از طریق توسعه زیرساخت‌ها، اشتغال‌زایی، برگزاری رویدادهای مختلف ورزشی به بهبود کیفیت زندگی دانشجویی و به تبع آن بهبود کیفیت زندگی افراد جامعه از طریق رشد اقتصادی و ورزشی، کمک کند (پیلینکی^۳ و کومیسکین^۴، ۲۰۱۶).

یکی از بزرگ‌ترین معضلات تربیت‌بدنی دانشگاه‌های کشور، ناتوانی در زمینه درآمدزایی و جذب حامی مالی است؛ این در حالی است که بسیاری از فدراسیون‌های ورزشی و سازمان‌های غیردانشگاهی توانسته‌اند با استفاده از راهکارهای درآمدزایی و جذب حامی مالی، بسیاری از مشکلات مالی خود را حل کنند و به اهداف خود برسند (طریقی و همکاران، ۲۰۱۷). به نظر می‌رسد با ادامه روند کنونی اقتصادی در کشور، درآمدزایی و جذب حامیان مالی برای ورزش دانشگاهی باید جزو اولویت‌های اصلی مدیران ورزشی دانشگاه‌ها قرار گیرد. مدیران ورزشی باید با تکیه بر فناوری‌ها و راهکارهای نوین، به دنبال راهکارهای اساسی برای درآمدزایی و جذب حامی مالی باشند؛ چراکه با توجه به شرایط خاص محیطی دانشگاه‌ها نمی‌توان فقط از روش‌های مرسوم و قدیمی درآمدزایی به‌کاررفته در صنایع یا سازمان‌های دیگر برای جذب حامی مالی استفاده کرد (آلونسودوس-سانتوس^۴، ۲۰۱۸).

بررسی مطالعات گذشته نشان می‌دهد که در زمینه درآمدزایی در صنعت ورزش و عوامل تأثیرگذار بر آن تحقیقات مختلف انجام شده است؛ به‌عنوان نمونه، دوفائو و همکاران (۲۰۲۲) نشان دادند که عوامل مدیریتی و عملکردی مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر درآمدزایی باشگاه‌های فوتبال هستند. افشاری و همکاران (۲۰۱۸) نشان دادند که معیار عوامل مدیریتی و سازمانی، به‌عنوان مهم‌ترین عامل جذب سرمایه برای پروژه‌های ورزشی و عوامل اجتماعی و فرهنگی کمترین اهمیت را دارند. سلطانی و همکاران (۲۰۱۸) نشان دادند که فعالیت تجاری، هواداران، رسانه، تبلیغات، درآمد روز مسابقه، سایر و حامیان مالی می‌توانند مهم‌ترین منبع درآمدزایی باشگاه‌های فوتبال کشور باشند. همچنین بررسی تحقیقات گذشته نشان می‌دهد که در زمینه ورزش دانشگاهی نیز تحقیقات مختلفی انجام شده است؛ از جمله می‌توان به پژوهش سانچز و همکاران (۲۰۲۳) اشاره کرد که انگیزه و رضایت دانشجویان را به‌عنوان مهم‌ترین عامل شرکت در ورزش دانشگاهی می‌دانند و گارثوایت^۵ و همکاران (۲۰۲۰)

-
1. Dufau
 2. Soebbing
 3. Pilinkienė & Komskienė
 4. Alonso-Dos-Santos
 5. Garthwaite

که شرایط اجتماعی، بهداشتی و نژادی را به‌عنوان مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه ورزش دانشگاهی معرفی کردند، اما پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه درآمدزایی ورزش دانشگاهی به ویژه در داخل کشور بسیار محدود است. همان‌گونه که اشاره شد، محیط دانشگاه‌ها برای جذب حامی مالی محیط خاصی است که حامیان مالی تجربه زیادی برای فعالیت در آن نداشته‌اند. شناخت این محیط و آگاهی از ظرفیت‌های دانشگاه چه از نظر ساختاری و سخت‌افزاری (اماکن و تأسیسات ورزشی) و چه از نظر نرم‌افزاری و علمی، می‌تواند برای حامیان مالی جذاب و اثرگذار باشد. مدل‌سازی عوامل تأثیرگذار بر راهکارهای کسب درآمد برای ورزش دانشگاه و هموارسازی مشارکت بخش خصوصی در روند توسعه ورزش دانشگاهی و نبود برنامه راهبردی در زمینه درآمدزایی در ورزش دانشگاه‌ها، لزوم انجام تحقیق در این زمینه را بیشتر نمایان می‌کند. همچنین با توجه به شرایط ویژه دانشگاه‌ها که قبلاً نیز به آن اشاره شد و با توجه به اینکه تاکنون هیچ تحقیق علمی در خصوص درآمدزایی و جذب حامی مالی در ورزش دانشگاهی انجام نشده است، محققان پژوهش حاضر با انجام پژوهش حاضر به دنبال پاسخ‌گویی به این سؤال بودند؛ مبنی بر اینکه مدل‌سازی درآمدزایی ورزش دانشگاهی چگونه می‌تواند باشد؟

روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نظر نوع داده‌ها کمی و از لحاظ شیوه گردآوری داده‌ها میدانی بود که با استفاده از پرسش‌نامه محقق‌ساخته مبتنی بر بخش کیفی انجام شد. جامعه آماری پژوهش، مدیران و کارشناسان تربیت‌بدنی دانشگاه‌های دولتی سراسر کشور و مؤسسات آموزش عالی وابسته به وزارت علوم (دانشگاه‌های سراسری، پیام نور، جامع علمی کاربردی، فرهنگیان، فنی و حرفه‌ای) بودند. با توجه به نامشخص بودن تعداد جامعه آماری و از آنجاکه نرم‌افزار استفاده‌شده در این پژوهش اسمارت پی‌ال‌اس^۱ بود و در این نرم‌افزار می‌توان حداکثر از داده‌های ۳۰۰ نفر استفاده کرد، از بین جامعه آماری ۳۰۰ نفر به صورت تصادفی ساده به‌عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند.

از آنجاکه این پژوهش از رساله دکتری استخراج شده است، پرسش‌نامه استفاده‌شده در این پژوهش، از مصاحبه‌های انجام‌شده در بخش کیفی رساله به دست آمد. این پرسش‌نامه دارای پنج مؤلفه عوامل علی (۱۵ گویه)، بستر حاکم (۱۸ گویه)، سازوکارهای درآمدزایی (۱۲ گویه)، عوامل مداخله‌گر (۲۱ گویه)، راهبردها (۱۸ گویه) و پیامدها (۱۲ گویه) بود. روایی این پرسش‌نامه با استفاده از روایی صوری، روایی واگرا و روایی همگرا (معیار AVE) و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و بررسی بارهای عاملی هریک از سؤالات پرسش‌نامه بررسی شد که همه معیارها نشان دادند ابزار یادشده از روایی و پایایی بسیاری برخوردار است. پس از جمع‌آوری داده‌ها، برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش آماری مدل‌سازی معادلات ساختاری و از نوع خاص آن، تحلیل عاملی تأییدی در نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس نسخه ۳.۱.۱ استفاده شد.

نتایج

معیار مهمی که با روایی واگرا مشخص می‌شود، میزان رابطه یک متغیر با سؤالاتش در مقایسه رابطه آن متغیر با سایر متغیرها است؛ به‌طوری‌که روایی واگرای قابل‌قبول یک مدل حاکی از آن است که یک متغیر در مدل تعامل بیشتری با سؤالات خود

1. Smart PLS

دارد تا با متغیرهای دیگر. روایی واگرا وقتی در سطح قابل قبول است که میزان AVE برای هر متغیر بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن متغیر و متغیرهای دیگر در مدل باشد.

جدول ۱- روایی واگرا (فورنل و لارکر)

Table 1- Divergent validity (Fornell and Larcker)

متغیر	بستر حاکم	راهبردها	سازوکار درآمدزایی	عوامل علی	عوامل مداخله‌گر	پیامدها
بستر حاکم	۰/۸۹۳					
راهبردها	۰/۸۴۷	۰/۹۵۱				
سازوکار درآمدزایی	۰/۸۸۷	۰/۹۰۴	۰/۹۲۶			
عوامل علی	۰/۸۶۴	۰/۸۱۶	۰/۸۹۸	۰/۹۴۵		
عوامل مداخله‌گر	۰/۸۳۹	۰/۹۱۶	۰/۹۱۱	۰/۸۱۳	۰/۹۲۸	
پیامدها	۰/۸۴۲	۰/۹۴۸	۰/۸۸۲	۰/۸۳۹	۰/۷۴۶	۰/۹۶۶

نتایج نشان می‌دهد که میانگین واریانس برای هر سازه بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن سازه و سازه‌های دیگر است؛ بنابراین این معیار در سطح مناسبی قرار دارد. پس از اجرای تحلیل عاملی تأییدی (مدل اندازه‌گیری) در این بخش به اجرای تحلیل مسیر (مدل ساختاری) پرداخته شد.

جدول ۲- مقادیر ضریب مسیر و آماره t فرضیه‌های مرتبط با مسیرهای مدل تحقیق

Table 2- Path coefficient values and t-statistics of hypotheses related to research model paths

معناداری	آماره t	ضریب مسیر	رابطه	عوامل علی
۰/۰۰۱	۶۵/۶۸۷	۰/۸۹۸	← ساز و کارهای درآمدزایی	عوامل علی
۰/۰۰۱	۲/۷۸۲	۰/۱۳۴	← راهبردها	بستر حاکم
۰/۰۰۱	۴/۶۹۲	۰/۳۱۰	← راهبردها	ساز و کارهای درآمدزایی
۰/۰۰۱	۹/۲۷۰	۰/۵۲۲	← راهبردها	عوامل مداخله‌گر
۰/۰۰۱	۱۴۵/۴۹۷	۰/۹۴۸	← پیامدها	راهبردها

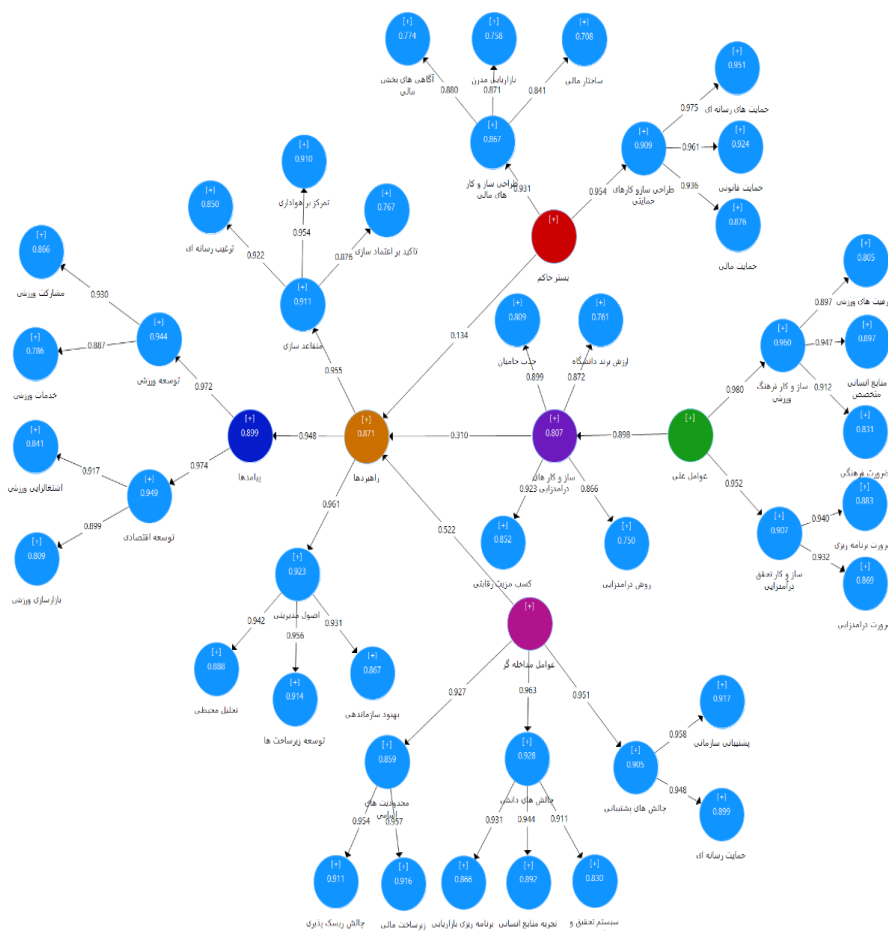
برای بررسی برازش مدل ساختاری پژوهش از چندین معیار استفاده می‌شود که اولین و اساسی‌ترین معیار، آماره t است. ابتدایی‌ترین معیار برای سنجش رابطه بین متغیر در مدل (بخش ساختاری)، اعداد معناداری t است. در صورتی که مقدار این اعداد از ۱/۹۶ بیشتر شود، نشان از صحت رابطه بین متغیرها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش در سطح اطمینان ۰/۹۵ است. مقدار معناداری نیز به همان موضوع اشاره می‌کند و اگر کمتر از ۰/۰۵ باشد، رابطه بین متغیرها را در سطح اطمینان ۰/۹۵ می‌پذیرد؛ البته باید توجه داشت که اعداد فقط صحت رابطه را نشان می‌دهند و شدت رابطه بین متغیرها را نمی‌توان با آن سنجید. برای فهمیدن شدت رابطه و مقایسه آن با دیگر رابطه‌ها (رابطه‌های موجود در مدل) از ضریب استاندارد شده می‌توان استفاده کرد. با توجه به الگوی تفسیری در مدل‌سازی معادلات ساختاری و از آنجاکه مقدار آماره t مربوط به تمامی مسیرها از ۱/۹۶ بزرگ‌تر باشد، می‌توان گفت که مسیر مربوط در سطح ۹۵ درصد معنادار است؛ بنابراین تمامی فرضیه‌های بررسی شده در تحقیق حاضر تأیید می‌شود.

جدول ۳- مقادیر شاخص‌های برازش برای متغیرهای مدل تحقیق

Table 3- The values of the fit indices for the variables of the research model

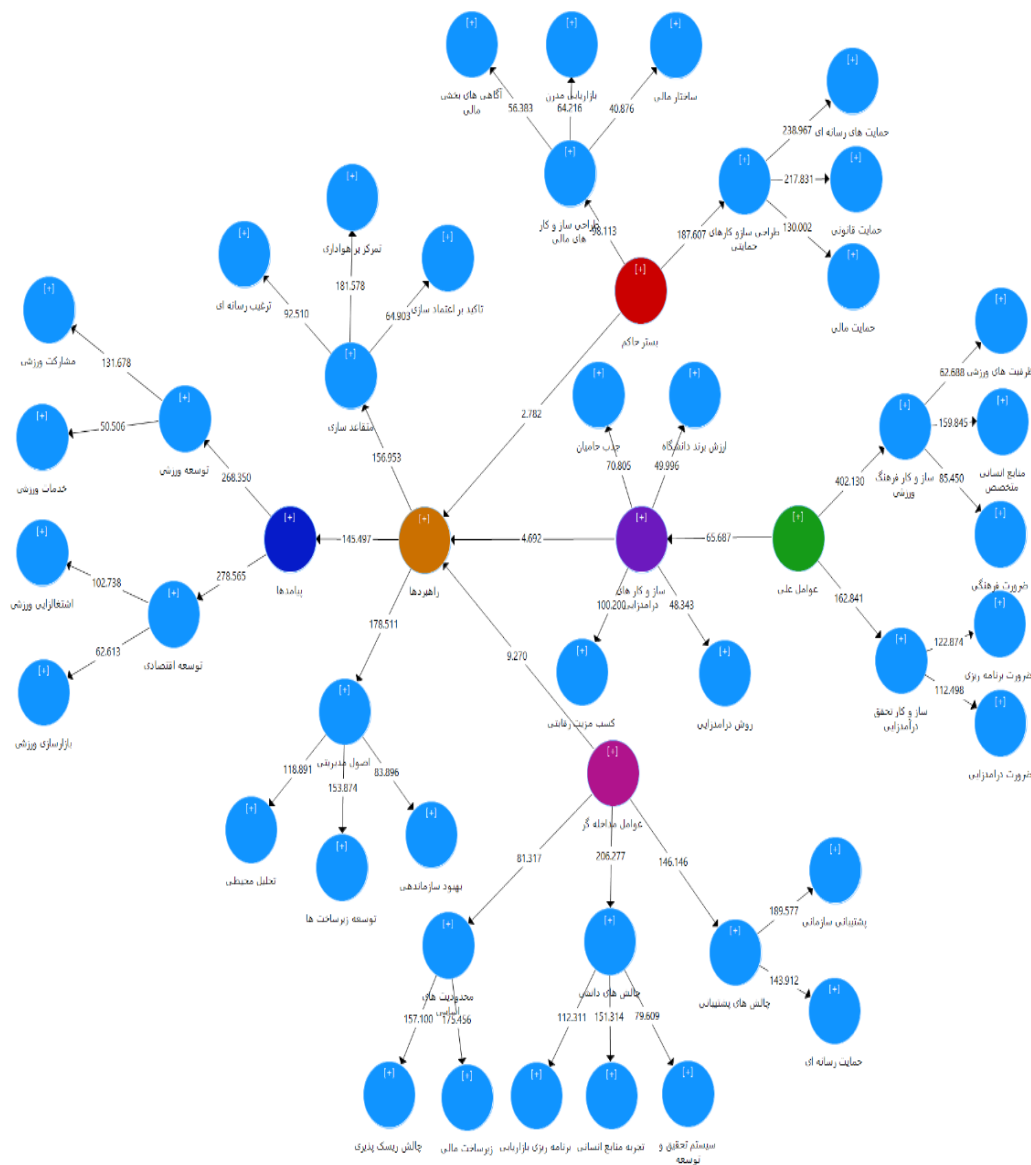
متغیر	Q ²	R ²	SRMR
سازوکارهای درآمدزایی	۰/۴۴۹	۰/۸۰۷	۰/۰۸۹
راهبردها	۰/۵۱۲	۰/۸۷۰	
پیامدها	۰/۵۲۷	۰/۸۹۹	

با توجه به اطلاعات جدول شماره سه، مقادیر به‌دست‌آمده برای شاخص‌های Q² و R² در محدوده قوی قرار دارد و مقدار SRMR نیز کمتر از ۰/۱ است که نشان‌دهنده کیفیت مناسب مدل آزمون‌شده است. در ادامه تصویر مدل آزمون‌شده تحقیق به همراه ضریب مسیر به‌دست‌آمده برای تمامی مسیرهای مدل در شکل‌های شماره یک و شماره دو مشخص شده است.



شکل ۱- مدل نهایی پژوهش در حالت ضریب مسیر و بارهای عاملی

Figure 1- The final model of the research in the mode of path coefficient and factor loadings



شکل ۲- مدل نهایی پژوهش در حالت مقادیر معناداری (T. Value)
 Figure 2- The final research model in the mode of significant values (T. Value)

بحث و نتیجه‌گیری

این تحقیق با هدف ارائه مدل و بررسی عوامل مؤثر بر درآمدزایی ورزش دانشگاهی انجام شد. نتایج تحقیق نشان داد که عوامل علی بر سازوکارهای درآمدزایی ورزش دانشگاهی تأثیر مثبت و معناداری دارند و مهم‌ترین شاخص از عوامل علی، منابع انسانی متخصص از گروه ساز و کار فرهنگ ورزش است. نتایج تحقیق حاضر با بخشی از نتایج تحقیقات امامی و همکاران (۲۰۲۲) و

ژائو^۱ و همکاران (۲۰۲۲) همسوست. ظرفیت‌های ورزشی دانشگاه نظیر دسترسی به شبکه وسیع دانشجویان در سراسر کشور، استفاده از ظرفیت هیئت‌های ورزش دانشگاهی، استفاده از ظرفیت‌های آموزش در دانشگاه‌ها می‌تواند ضرورت توجه به درآمدزایی ورزشی را بهبود بخشد. این امر در کنار مفهوم منابع انسانی متخصص می‌تواند اثربخشی درآمدزایی ورزش دانشجویی را تضمین بخشد. با توجه به نتایج پژوهش باید سیاست‌های دانشگاه مبنی بر برخورداری از مسئولان و مدیران تحصیل کرده و مجرب در حیطه بازاریابی، استفاده از ظرفیت‌های روابط عمومی مناسب دانشگاه در برقراری ارتباط مؤثر با همه ذی‌نفعان و استفاده از نیروهای تحصیل کرده در حیطه بازاریابی در دانشگاه باشد. این سیاست‌ها می‌تواند با استفاده از راهبردهای مناسب تأمین منابع انسانی متخصص برای اعتلای درآمدزایی ورزش دانشگاه مفید باشد.

همچنین نتایج تحقیق نشان داد، بستر حاکم بر راهبردهای درآمدزایی ورزش دانشگاهی تأثیر مثبت و معناداری دارد و طراحی سازوکارهای حمایتی بیشترین تأثیر را دارد و در این دسته حمایت رسانه‌ای از تأثیر بیشتری در مقایسه با دیگر شاخص‌ها برخوردار است. نتایج این تحقیق با بخشی از نتایج تحقیقات دل‌داده مهربان و همکاران (۲۰۲۳) و ویشنوسکا^۲ و همکاران (۲۰۲۰) همسوست؛ بنابراین رسانه‌ها با استفاده از فعالیت‌هایی مانند آگاه‌سازی از نحوه مشارکت خیرین در ورزش دانشگاهی، ترویج رفتارهای مثبت حامیان مالی در تأمین مخارج ورزشی دانشگاه‌ها و با استفاده از سایت‌ها و نشریات تخصصی بازاریابی ورزش دانشجویی در دانشگاه زمینه‌های لازم برای شکوفایی و رونق مالی و درآمدزایی ورزش دانشگاه‌ها را افزایش دهند.

دیگر نتایج تحقیق نشان داد که سازوکارهای درآمدزایی به‌عنوان پدیده محوری با ابعاد روش درآمدزایی، کسب مزیت رقابتی، جذب حامیان و ارزش برند دانشگاه بر راهبردهای درآمدزایی ورزش دانشگاهی تأثیر مثبت و معناداری دارد و مهم‌ترین شاخص کسب مزیت رقابتی است. نتایج این تحقیق با بخشی از نتایج تحقیق کریمی و همکاران (۲۰۲۳) همسوست. ورزش دانشگاهی به‌عنوان عضوی از جامعه ورزش که وظیفه ارتقای سلامت و نشاط جامعه را بر عهده دارد، باید با توسعه ارکان ورزش همگانی و قهرمانی به این امر کمک کند و این امر جز با تأمین منابع مالی لازم برای رسیدن به اهداف تعیین‌شده میسر نیست. این بخش از ورزش کشور، برای ادامه حیات خود، نیازمند درآمدزایی و حمایت مالی است. سازوکار درآمدزایی می‌تواند نتایج مثبت برای دانشگاه‌ها داشته باشد که از جمله این کارکردها، کسب مزیت رقابتی است؛ بنابراین بهره‌مندی از مزیت رقابتی برای ایجاد درآمد در ورزش دانشجویی، درآمدزایی در راستای توسعه اماکن ورزشی در دانشگاه‌ها و درآمدزایی در راستای تأسیس زیرساخت‌های ورزشی و کسب مزیت رقابتی، می‌تواند از طریق درآمدزایی در ورزش دانشگاهی شکل گیرد. براساس نتایج پژوهش، توجه به شاخص کسب مزیت رقابتی ضروری به نظر می‌رسد؛ بنابراین به نظر می‌رسد استفاده از این الگو می‌تواند سبب بهره‌مندی از مزیت رقابتی برای ایجاد درآمد در ورزش دانشجویی، درآمدزایی در جهت توسعه اماکن ورزشی در دانشگاه‌ها و درآمدزایی در راستای تأسیس زیرساخت‌های ورزشی و کسب مزیت رقابتی شود. این امر می‌تواند نتایج مثبت دیگری را نیز برای دانشگاه به دست آورد.

نتایج تحقیق نشان داد که عوامل مداخله‌گر با ابعاد چالش‌های دانشی، چالش‌های پشتیبانی و محدودیت‌های اساسی بر راهبردهای درآمدزایی ورزش دانشگاهی تأثیر مثبت و معناداری دارند و مهم‌ترین این عوامل، چالش‌های دانشی است. در این

-
1. Zhao
 2. Vishnevskaya

دسته، سیستم تحقیق و توسعه مهم‌ترین چالش دانشی بود. این یافته‌ها با بخشی از نتایج تحقیقات پرز^۱ و همکاران (۲۰۲۲) و افشاری و همکاران (۲۰۱۸) همسوست. نتایج تحقیق بیان می‌کند که باید سیاست‌هایی برای کاهش فقدان نظام تحقیق، توسعه و بازاریابی در ورزش دانشگاه‌ها از طریق برنامه‌هایی مانند توسعه تحقیقات در خصوص بازاریابی ورزشی در دانشگاه از طریق سیاست‌های انگیزشی و انجام طرح‌های پژوهشی با تاکید بر درآمدزایی در ورزش دانشجویی در راستای دانش‌افزایی اتخاذ کرد.

بخشی دیگر از نتایج تحقیق نشان داد که راهبردهای متقاعدسازی و اصول مدیریتی بر پیامدهای درآمدزایی ورزش دانشگاهی تأثیر مثبت و معناداری دارند و مهم‌ترین راهبرد اصول مدیریت و در این دسته مهم‌ترین زیرمؤلفه، توسعه زیرساخت‌ها است که این یافته‌ها با بخشی از نتایج قاسمی و همکاران (۲۰۲۲) همسوست. با توجه به نتایج تحقیق حاضر، دانشگاه‌ها باید برنامه‌های توسعه‌ای خود را در قالب نوسازی مستمر زیرساخت‌ها در جهت درآمدزایی بیشتر، توسعه امکانات و زیرساخت‌ها و به روز کردن آن‌ها توسط دولت و راه‌اندازی زیرساخت‌های سامانه پیامکی در راستای امور هواداری تنظیم کنند. این امور می‌تواند باعث توسعه درآمدزایی ورزش دانشگاه‌ها شود.

در نهایت نتایج تحقیق نشان داد که توسعه ورزشی و توسعه اقتصادی پیامدهای درآمدزایی در ورزش دانشگاهی هستند و مهم‌ترین پیامد، توسعه اقتصادی است که در این دسته نیز اشتغال‌زایی ورزشی بیشترین اهمیت را به خود اختصاص داد که این نتیجه با بخشی از نتایج تحقیقات توردالیویچ^۲ (۲۰۲۲) و مقدسی و همکاران (۲۰۲۰) همسوست. مهم‌ترین پیامد درآمدزایی ورزش دانشگاه‌ها، توسعه ورزشی است؛ چرا که باعث مشارکت ورزشی می‌شود. مشارکت ورزشی سبب توسعه برگزاری رویدادهای ورزشی دانشجویی، افزایش مشارکت افراد نخبه در توسعه امور ورزشی دانشگاه‌ها و بهبود ظرفیت آموزشی دانشگاه‌ها می‌شود و از این طریق ورزش در میان دانشجویان پررنگ‌تر و جذاب‌تر می‌شود. نتیجه دیگر درآمدزایی ورزش دانشگاه‌ها، خدمات ورزشی است. مدیریت هزینه و تمرکز بر رشد آرام و پیوسته اماکن ورزشی، تعامل باشگاه‌های ورزشی دانشگاه‌ها با مراکز علمی و توسعه امکانات ورزشی در دانشگاه‌ها از این دسته موارد است که به خدمات ورزشی تعلق دارند. در نهایت، درآمدزایی ورزش دانشگاه‌ها سبب توسعه اقتصادی می‌شود و پیامدهای مطلوبی درباره اشتغال‌زایی ورزشی مانند تأسیس شرکت‌های دانش بنیان ورزشی، اشتغال‌زایی برای جوانان نخبه در خصوص تأسیس و تجهیز اماکن ورزشی و افزایش درآمد بخش ورزشی دانشگاه‌ها را در پی دارد. همچنین می‌تواند بازاریابی ورزشی را در پی داشته باشد و از طریق آشنایی با روش‌های بازاریابی در بخش ورزش دانشگاه، درک ضرورت درآمدزایی از طریق تأسیسات و اماکن ورزشی باعث خصوصی‌سازی در بخش ورزش دانشگاه شود. مقدسی و همکاران (۲۰۲۰) با بررسی تأثیر خصوصی‌سازی و تبلیغات بر درآمدزایی باشگاه‌های ورزشی استان اردبیل نشان دادند که پیامدهای خصوصی‌سازی و به دنبال آن تبلیغات برای باشگاه‌های ورزشی می‌تواند بر درآمدزایی آن‌ها مؤثر باشد.

براساس نتایج پژوهش می‌توان بیان کرد که اگر درآمدزایی به‌طور صحیح و براساس اصول کافی در دانشگاه‌ها پی‌ریزی شود، می‌تواند سبب تأسیس شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی، اشتغال‌زایی برای جوانان نخبه در خصوص تأسیس و تجهیز اماکن ورزشی و افزایش درآمد بخش ورزشی دانشگاه‌ها شود.

1. Perez

2. Turdalievich

References

1. Afshari, M., Fattahpur Marandi, M., Mirsafian, H., & Mohammad Hasan, F. (2018). Financial support: An approach to get fund of sports projects in Western Azerbaijan province. *Sport Management Studies*, 10(47), 67-84. (Persian)
2. Alonso-Dos-Santos, M. (2018). Sports management and sponsorship; towards a New Paradigm. *Journal of Sports Economics & Management*, 8(1), 2-3.
3. Amiriparian, S., Doroudian, A. A., Honari, H., & Safania, A. (2021). Designing a comprehensive model for attracting donors in sports with the foundation s data theory approach. *Sociological Cultural Studies*, 11(4), 29-57. (Persian)
4. Deldadeh Mehraban, E., Fallah, Z., Bahlakeh, T., & Askari, A. (2023). Comparative comparison of factors affecting the willingness and participation of donors in the urban uses sector (Case study: Development of sports facilities in Golestan and Tehran provinces). *Urban Management Studies*, 14(52), 91-107. (Persian)
5. Dufau, B., Terrien, M., Carin, Y., & Andreff, W. (2022). French amateur football clubs' finance and revenue volatility: The determinants of demand shocks. *Applied Economics Letters*, 1, 1-5.
6. Emami, A., Emami, F., & Afshari, M. (2022). The effects of investment development on the economic empowerment of Iran's sports industry: An Exploratory study. *Strategic Studies on Youth and Sports*, 21(56), 229-254. (Persian)
7. Ghasemi, S., Fahim Davin, H., Esmailzadeh Ghandehari, M. R., & Peymanizad, H. (2022). Presenting a model of factors affecting the attraction and retention of sponsors and financial managers. *Agricultural Marketing and Commercialization Journal*, 6(1), 1-13. (Persian)
8. Hosseinian Mohajer, S. A., Fahimi Nezhad, A., Morsal, B., & Tayebi Sani, S. M. (2022). Provide a theoretical framework based on the analysis and planning of the development of the participation of sports people in particular (Case study of veterans, disabled, deaf, and blind). *Strategic Studies on Youth and Sports*, 21(57), 173-192. (Persian)
9. Karimi, M., Majedi, N., Safari, L., & Kalhor, H. (2023). Designing a virtual business development model in the field of sports services. *Strategic Studies on Youth and Sports*, 21(58), 313-330. (Persian)
10. Ke, Y. (2023). SWOT analysis of sports industry in Junshan new city of Wuhan development zone under the concept of smart city. In *Advances in Urban Engineering and Management Science (Volume 2, pp. 59-64)*. CRC Press.
11. Kharkan, M., Andam, R., Bahrololoum, H., & Zareian, H. (2022). Designing a Model for Resistive Economy in Collegiate Sports of Iran. *Sport Management Journal*, 14(3), 291-272. (Persian)
12. Khodadadi, M. R., Dehghanpouri, H., & Saderioskoyi, M. (2019). Role of media communication and effective advertising in attracting sponsor for sports (Case study: Table tennis board of East Azerbaijan province, Iran). *Communication Management in Sport Media*, 6(3), 89-102. (Persian)
13. Kim, C., & Kim, J. (2023). Spatial spillovers of sport industry clusters and community resilience: Bridging a spatial lens to building a smart tourism city. *Information Processing & Management*, 60(3), 103266.
14. Moqaddasi, Z., Sheikhalizadeh, M., & Faraji, R. (2020). The effect of privatization and advertising on sports clubs revenue in Ardabil province. *Sport Management and Development*, 9(1), 188-204. (Persian)
15. Movakel, M. R., & Alidoust, A. (2020). Developing a model of factors influencing the attraction of sponsors of Iran track and field. *Sport Management Journal*, 12(2), 309-332. (Persian)
16. Perez, A. T. E., Rossit, D. A., Tohme, F., & Vasquez, O. C. (2022). Mass customized/personalized manufacturing in Industry 4.0 and blockchain: Research challenges, main problems, and the design of an information architecture. *Information Fusion*, 79, 44-57.
17. Pilinkienė, V., & Komskienė, D. (2016). Macro economical tendencies for sport sponsorship development. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 5, 128-131.

18. Rashidlamir, A., Khabiri, M., Goodarzi, M., & Jalali, M. (2017). Modeling of organizational internal factors affecting attracting sponsors to wrestling in Iran. *Sport Physiology & Management Investigations*, 9(2), 85-99. (Persian)
19. Sadeqi-Arani, Z., & Alidoust Ghahfarokhi, E. (2022). Sports business resilience in the COVID-19 crisis: The Delphi qualitative approach. *Iranian Journal of Management Studies*, 15(1), 69-84. (Persian)
20. Santos, J. C., & Sagas, M. (2022). Differential effects of sport type and sport category on time demands and well-being of college athletes. *International Journal of Human Movement and Sports Sciences*, 10(1), 22-30.
21. Sánchez, S. A., Suárez, A. D., & Gullón, J. M. L. (2023). Motivation and satisfaction in university sports volunteering. *Journal of Human Sport and Exercise*, 18(1), 153-165.
22. Shutova, T., & Andryushchenko, L. (2020). Digitalization of physical education and sports educational process at university. *Theory and Practice of Physical Culture* (9), 68-70.
23. Soebbing, B. P., Seifried, C. S., & Tutka, P. (2022). If you rebuild it, will they come? The impact of renovated sports facilities on total revenue and attendance. *Journal of Sport Management*, 1(aop), 1-13.
24. Tarighi, R., Hamidi, M., & Rajabi, H. (2017). Identifying effective factors in development of sport marketing in university sport of I.R. Iran. *Sport Management Studies*, 8(40), 113-130. (Persian)
25. Tashpulatov, F. (2022). Student sports as a factor in the preparation of highly qualified athletes. *European Journal of Business Startups and Open Society*, 2(2), 18-23.
26. Turdalievich, A. F. (2022). Youth sports development. *Galaxy International Interdisciplinary Research Journal*, 10(5), 781-785.
27. Vidal-Vilaplana, A., Gregori-Faus, C., Parra-Camacho, D., & González-Serrano, M. H. (2023). Analysis of sport management subjects in university Sports Sciences degrees in Spain. *The International Journal of Management Education*, 21(2), 100771.
28. Vishnevskaya, N., Vishnevskiy, D., & Steshenko, J. (2020). Studying foreign experience of physical culture and sport sphere financing. Paper presented at the First International Volga Region Conference on Economics, Humanities and Sports (FICEHS 2019).
29. Wang, C., & Zhang, R. (2023). Research on Chinese modernization reform strategy of integrating national traditional sports into aerobics textbooks in universities. *Open Journal of Social Sciences*, 11(1), 44-51.
30. Zhao, B., Chen, J., & Song, T. (2022). The integrated sustainable development mechanism of sports industry based on recombination fusion mode. *Computational Intelligence and Neuroscience*, 2022, 1-12.