



<https://ecs.ui.ac.ir/?lang=en>

Journal of Endowment & Charity Studies

E-ISSN: 3115-7475

Vol.4, Issue.1, No.7, 2026, pp 1-20

Received: 07/11/2025

Accepted: 04/01/2026

Research Paper

Digital Ecosystem Model for Developing Sports Philanthropic Partnerships

Azar Mohagheghian 

PhD Student in Sport Management, Department of Motor Behavior and Sports Management, Faculty of Sport Sciences, University of Isfahan, Isfahan, Iran
m.mohagheghian@spr.ui.ac.ir

Mohammad Soltanhoseini * 

Associate Professor, Department of Motor Behavior and Sports Management, Faculty of Sport Sciences, University of Isfahan, Isfahan, Iran
m.soltanhoseini@spr.ui.ac.ir

Introduction

Philanthropy and charitable giving, as core components of Iran's religious and national culture, have long played a fundamental role in fostering social dynamism, strengthening social capital, and developing public infrastructure. Donor participation, particularly in the field of sport, is recognized not only as a complementary mechanism to governmental resource provision but also as an independent form of civic engagement contributing to sport justice, public health promotion, and sustainable development (Amiri-Paryan et al., 2022). Beyond their tangible outcomes, such philanthropic contributions enhance social trust, collective solidarity, and institutional cohesion within society (Heydari-Fard & Sharifian, 2017).

In recent decades, the rapid expansion of digital technologies has fundamentally transformed traditional patterns of philanthropy and social participation. Digital platforms, by reducing temporal and geographical constraints, have enabled large-scale resource mobilization, enhanced transparency, and facilitated active interaction among stakeholders, thereby giving rise to new forms of charitable engagement (Buser et al., 2022). Despite the growing body of research on sport philanthropy in Iran and the expanding literature on digital ecosystems within the sport industry, a systematic review of prior studies reveals that no research has specifically focused on designing a digital ecosystem model for developing donor participation in sport. Existing studies have predominantly examined traditional forms of sport philanthropy or have addressed digital technologies in isolation. Consequently, there remains a clear need for an integrated and context-specific framework capable of explaining the structured interaction among donors, sport organizations, and digital technologies. In response to this gap, the present study aims to design a digital ecosystem model for the development of sport donor participation.

Methodology

The present study is applied in terms of purpose and is qualitative in nature, employing thematic analysis as its primary research approach. The research population consisted of experts in the fields of sport management and philanthropy. Using purposive sampling with a maximum variation criterion, fourteen participants were selected to ensure diversity of perspectives. Data were collected through semi-structured interviews designed around the perceptual, structural, and strategic dimensions of the digital ecosystem for sport donor participation. Following transcription, the data were systematically analyzed using MAXQDA software in accordance with the six-phase thematic analysis framework proposed by Braun and

*Corresponding Author

Mohagheghian, A., & Soltanhoseini, M. (2026). Digital ecosystem model for developing sports philanthropic partnerships. *Journal of Endowment & Charity Studies*, 4(1), 1-20. <https://doi.org/10.22108/ecs.2026.147301.1160>

3115-7475 © The Author(s). Published by University of Isfahan

This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>).



<https://doi.org/10.22108/ecs.2026.147301.1160>

Clarke (2019). To enhance the trustworthiness of the findings, the criteria of credibility, transferability, dependability, and confirmability outlined by Guba and Lincoln (1994) were applied. In addition, intercoder agreement based on the approach suggested by Stemler (2001) was employed to ensure the reliability of the coding process.

Findings

The findings of the present study were derived from a qualitative analysis of fourteen semi-structured interviews conducted with experts in sport management and philanthropy, including eight sport managers and six philanthropic practitioners. Thematic analysis resulted in the identification of twenty-four open codes with a total frequency of 245 occurrences, which were organized into six sub-themes and one overarching theme entitled the digital ecosystem for sport donor engagement. The highest frequency was associated with the facilitative role of the Ministry of Sport and sport-related institutions, while the lowest frequency was related to alignment with religious and national values.

The theme of policy-making and institutional support highlighted the pivotal role of governmental bodies in facilitating donor participation through tax incentives, the establishment of legal frameworks for digital philanthropic platforms, and tripartite collaboration among public authorities, donors, and the technology sector. The theme of technological infrastructure emphasized the necessity of secure, transparent, and user-centered digital platforms, along with the application of technologies such as artificial intelligence to match donors with appropriate sport projects. In addition, philanthropic marketing and storytelling underscored the importance of showcasing tangible impacts, charitable branding, and the strategic use of social media. Furthermore, the theme of digital transparency and trust-building stressed online reporting, organizational accreditation, and digital monitoring mechanisms. The themes of motivational drivers and digital philanthropy culture pointed to the importance of strengthening both intrinsic and extrinsic motivations, promoting public education, cultural institutionalization, and networking among sport donors. Overall, the final model conceptualizes the digital ecosystem for sport philanthropy as a dynamic, multi-layered structure in which governance, technology, and culture interact to enable sustainable donor participation.

Discussion and Conclusion

The purpose of this study was to design a digital ecosystem model for the development of sports donor participation in Iran. The findings indicate that this ecosystem comprises six organizing themes structured across three interconnected layers: governance and institutional support, operational–technological mechanisms, and motivational–cultural dimensions. At the governance level, supportive policies, tax facilitation, and transparent legal frameworks were identified as fundamental prerequisites for fostering tripartite collaboration among sport organizations, donors, and the technology sector. The operational–technological layer emphasizes the central role of secure, transparent, and data-driven digital platforms in enhancing trust, efficiency, and scalability of philanthropic engagement. Moreover, the integration of advanced technologies, such as artificial intelligence, enables intelligent matching between donors' interests and the sport project's needs. At the motivational–cultural level, strengthening intrinsic and extrinsic motivations, fostering a sense of belonging, and aligning sport philanthropy with religious and national values were found to be critical for sustaining long-term participation. Overall, the results suggest that transitioning from traditional philanthropy toward an integrated digital ecosystem in Iranian sport requires simultaneous attention to governance, technology, and culture. The proposed model offers a practical framework for policymakers, sport institutions, and philanthropic organizations seeking to promote innovative and sustainable donor engagement.

Acknowledgments

The authors would like to express their sincere gratitude to all managers, experts, and respected donors who generously contributed their time and shared their valuable insights by participating in the interviews, thereby supporting the successful completion of this study.

Keywords

Digital Ecosystem, Sports Philanthropists, Sports Philanthropy, Participation Development, Sustainable Development.



مقاله پژوهشی

مدل زیست‌بوم دیجیتال توسعه مشارکت خیرین ورزشی

آذر محقیان^۱  و محمد سلطان‌حسینی^۲ 

۱. دانشجوی دکتری گروه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

a.mohagheghian@spr.ui.ac.ir

۲. دانشیار، گروه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

m.soltanhosseini@spr.ui.ac.ir

چکیده

هدف این پژوهش طراحی مدل زیست‌بوم دیجیتال توسعه مشارکت خیرین ورزشی در ایران بود. پژوهش حاضر از نوع کاربردی است و با راهبرد کیفی و به روش تحلیل مضمون انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل خبرگان و صاحب‌نظران در حوزه‌های مدیریت ورزشی و خیریه بود. داده‌ها از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۱۴ نفر از افراد جامعه به روش نمونه‌گیری هدفمند گردآوری شد. فرایند نمونه‌گیری و جمع‌آوری داده‌ها تا رسیدن به نقطه اشباع نظری ادامه یافت. یافته‌های پژوهش نشان داد مدل زیست‌بوم دیجیتال خیرین ورزشی از شش مضمون سازمان‌دهنده اصلی تشکیل شده است: سیاست‌گذاری و حمایت‌ها، ایجاد زیرساخت‌های فناورانه، بازاریابی و روایت‌سازی خیرخواهانه، شفافیت و اعتمادسازی دیجیتال، توسعه انگیزه‌ها و پیشران‌های خیرین و ایجاد فرهنگ خیرورزی دیجیتال. این مضامین در سه لایه به هم پیوسته حکمرانی و حمایت نهادی، عملیاتی فناورانه و انگیزشی فرهنگی سازمان یافته‌اند که در تعامل پویا با یکدیگر، چارچوبی یکپارچه برای توسعه مشارکت خیرین ورزشی ایجاد می‌کنند. مدل ارائه‌شده در این پژوهش می‌تواند به عنوان نقشه راهی برای سیاست‌گذاران، مدیران ورزشی و توسعه‌دهندگان پلتفرم‌های دیجیتال در راستای ایجاد، استقرار و تقویت زیست‌بوم دیجیتال خیرین ورزشی استفاده شود.

واژه‌های کلیدی

زیست‌بوم دیجیتال، خیرین ورزشی، نیکوکاری ورزشی، توسعه مشارکت، توسعه پایدار.

*نویسنده مسئول

محقیان، آ. و سلطان‌حسینی، م. (۱۴۰۵). مدل زیست‌بوم دیجیتال توسعه مشارکت خیرین ورزشی. مطالعات وقف و امور خیریه، ۴(۱)، ۲۰-۱.

<https://doi.org/10.22108/ecs.2026.147301.1160>



۱- مقدمه

احسان و نیکوکاری به عنوان مؤلفه‌ای اصیل در فرهنگ دینی و ملی ایران، جایگاهی ریشه‌دار و تثبیت‌شده دارد. این سنت دیرپا که در اشکال گوناگون مشارکت مردمی تبلور یافته است، نقشی حیاتی در پویایی اقتصادی، تعادل اجتماعی و غنای فرهنگی جامعه ایفا می‌کند (جهان‌میهن و همکاران، ۱۴۰۳). خیرین و نهادهای مردمی، با اقدامات زیربنایی و ماندگاری همچون احداث اماکن ورزشی، نه فقط به عنوان بازوی کمکی دولت، بلکه در قامت کنشگرانی مستقل در تحقق اهداف کلان توسعه‌ای عمل می‌کنند. برای مثال، در حوزه ورزش، خیرین ورزشگاه‌ساز با انگیزه‌های مذهبی-اخلاقی و علاقه شخصی به ورزش و همچنین با هدف توسعه عدالت ورزشی و ارتقای سلامت جامعه، به احداث زیرساخت‌های ورزشی اقدام می‌کنند (امیری‌پریان و همکاران، ۱۴۰۱). این اقدامات سهمی انکارناپذیر در عرصه‌هایی همچون مبارزه با فقر، توانمندسازی گروه‌های محروم، ترویج عدالت آموزشی و کاهش شکاف‌های اجتماعی دارند. همچنین، این‌گونه مشارکت‌های خیرخواهانه نه فقط به توسعه فیزیکی ورزش کمک می‌کنند، بلکه به عنوان بخشی از «سرمایه اجتماعی» نقشی اساسی در تقویت اعتماد، همیاری و همبستگی اجتماعی ایفا می‌کنند (حیدری فرد و شریفیان، ۱۳۹۶).

در عصر حاضر، فناوری‌های دیجیتال به عنوان موتور محرک تحولی شگرف، چهره عرصه‌های گوناگون اجتماعی و اقتصادی را دگرگون کرده‌اند (Wei & Zhang, 2025). این تحولات حوزه کهن و ارزشمند خیریه و مشارکت‌های مردمی را نیز درنور دیده‌اند و ما شاهد ظهور اشکال نوین و پویایی از تعاملات بشردوستانه در بستر فضای مجازی بوده‌ایم. پلتفرم‌های دیجیتال، با کاستن از موانع جغرافیایی و زمانی، امکان مشارکت شهروندان عادی در اقدامات جمعی و نیکوکارانه را در مقیاسی بی‌سابقه فراهم کرده‌اند (شیخ زاده و همکاران، ۱۴۰۳). به عبارت دیگر، فناوری فقط یک ابزار جدید نیست، بلکه یک بستر جدید برای شکل‌گیری روابط، بسیج منابع و خلق ارزش‌های اجتماعی است (Buser et al., 2022). مطالعات متعدد تأثیر فناوری‌های دیجیتال بر تحول حوزه نیکوکاری را بررسی کرده‌اند. برای مثال، روبیدی^۱ و همکاران (2021) در مطالعه‌ای نشان دادند استفاده از روایت‌های دیجیتال جذاب می‌تواند درک عمومی از فعالیت‌های بشردوستانه را افزایش دهد و مشارکت احساسی مخاطبان را برانگیزد. همچنین، هان و زی^۲ (2025) در پژوهشی تأکید کردند شفافیت داده‌ها، اعتماد دیجیتال و نظارت هوشمند از عوامل کلیدی در موفقیت زیست‌بوم‌های مشارکت اجتماعی آنلاین هستند.

زیست‌بوم خیریه شامل تمامی کنشگران فردی و نهادی است که در قالب‌های مختلف در فعالیت‌های عام‌المنفعه مشارکت دارند. برخلاف تصور رایج که خیریه را محدود به سازمان‌های خیریه و نیکوکاران منفرد می‌داند، این زیست‌بوم دربرگیرنده شبکه‌ای پیچیده از ذی‌نفعان است که هر یک با مسائل و دغدغه‌های خاص خود روبه‌رو هستند. برای درک ساختار این زیست‌بوم، می‌توان شش گروه اصلی را برشمرد: افراد (نیکوکاران، داوطلبان و ذی‌نفعان)، جامعه محلی (مستقیم‌ترین گروه متأثر از فعالیت‌های خیریه)، سازمان‌های خیریه (نهادهای رسمی و غیررسمی)، سیاست‌گذاران (نهادهای حاکمیتی و قانون‌گذار)، پشتیبانان (حامیان مالی و فنی) و کنشگران (فعالان اجتماعی و ترویج‌گران) (اسلامی، ۱۴۰۳). این طبقه‌بندی اگرچه جامعیت مطلق ندارد و مرزهای بین گروه‌ها ممکن است با هم هم‌پوشانی داشته باشد، چارچوب مفهومی مناسبی برای تحلیل مسائل و طراحی راهبردهای اثربخش در عرصه نیکوکاری فراهم می‌کند.

¹ Robiady² Han & Xie

یکی از بخش‌های متأثر از فعالیت‌های خیریه حوزه ورزش است. در کنار ابعاد عمومی زیست‌بوم خیریه که پیش‌تر بررسی شدند، مطالعات تخصصی‌تر در حوزه زیست‌بوم‌های دیجیتال ورزشی در سال‌های اخیر گسترشی چشمگیر یافته‌اند. این پژوهش‌ها نشان می‌دهند فناوری‌های دیجیتال نه فقط در سطح عمومی خیریه، بلکه به طور خاص در حوزه ورزش نیز می‌توانند تحول‌آفرین باشند. فناوری‌های دیجیتال با ایجاد شبکه‌های تعاملی بین ذی‌نفعان، زمینه‌ساز شکل‌گیری زیست‌بوم‌های نوآور در صنعت ورزش شده‌اند (Ratten, 2018). باسر^۱ و همکاران (2022) نیز در مطالعه‌ای با تحلیل ۲۵ مطالعه موردی، چارچوبی برای درک ساختار زیست‌بوم‌های ورزشی ارائه دادند و نشان دادند پلتفرم‌های دیجیتال نقش محوری در تسهیل همکاری بین ورزشکاران، تماشاگران، سرمایه‌گذاران و نهادهای حاکمیتی ایفا می‌کنند. همچنین، در پژوهش وی^۲ و همکاران (2023)، پتانسیل تحول‌آفرین پلتفرم‌های دیجیتال در خلق ارزش پایدار در اکوسیستم ورزش برجسته شده است. پژوهش کیوآی^۳ و همکاران (2024) نیز نشان می‌دهد چگونه تحول دیجیتال مدیریت ورزش را بازتعریف می‌کند و در عین حال، نوآوری را تسهیل می‌کند؛ بنابراین، هوش مصنوعی، کلان‌داده‌ها و بلاکچین می‌توانند با افزایش شفافیت، کارایی و تعامل، به توسعه پایدار ورزش کمک کنند (Thukral & Ratten, 2021). در بافت ایران، قاسمی و همکاران (۱۴۰۴) تحول دیجیتال در صنعت ورزش را زمینه‌ساز ایجاد فرصت‌های جدید برای تسهیل ارتباط میان ذی‌نفعان و توسعه مشارکت دانسته‌اند. همچنین، کریمیان و همکاران (۱۴۰۰) بر ضرورت ایجاد پلتفرم‌های یکپارچه برای ارتباط مؤثر ذی‌نفعان ورزشی تأکید کردند. این مطالعات به طور جمعی نشان می‌دهند زیست‌بوم‌های دیجیتال می‌توانند با ایجاد هماهنگی بین اجزای مختلف، ارزش‌آفرینی پایدار در حوزه ورزش را ممکن کنند.

در سال‌های اخیر، حوزه نیکوکاری تحولاتی عمده را تجربه کرده است که شامل حرکت به سمت نیکوکاری جمعی، افزایش خواسته‌های شفافیت و پاسخ‌گویی، مشارکت جوانان از سنین کمتر و تغییر در نحوه مشارکت داوطلبانه است (Du & Lizzo, 2025). این تغییرات نشان‌دهنده رشد فرهنگ نیکوکاری متناسب با فناوری‌های نوین و انتظارات جدید خیرین است. در ایران نیز پژوهش‌هایی متعدد در حوزه نیکوکاری ورزشی انجام شده‌اند. مطالعه امیری‌پریان و همکاران (۱۴۰۱) عوامل مؤثر بر گسترش وقف و ورود خیران به ورزش را بررسی کرده است. همچنین، در پژوهش نودهی و همکاران (۱۴۰۱)، موانع فرهنگی مدیریتی مشارکت خیرین تحلیل شده‌اند. در پژوهشی دیگر، احمدی و همکاران (۱۴۰۴) چالش‌های پیش روی خیرین را بررسی کردند. با وجود این پژوهش‌های ارزشمند، بررسی نظام‌مند پیشینه توسط پژوهشگر نشان می‌دهد هیچ مطالعه‌ای به طور خاص به طراحی مدل زیست‌بوم دیجیتال برای توسعه مشارکت خیرین ورزشی در ایران توجه نداشته است. پژوهش‌های موجود عمدتاً بر جنبه‌های سنتی نیکوکاری ورزشی متمرکز بوده‌اند یا به طور جداگانه فناوری‌های دیجیتال را بررسی کرده‌اند، بدون آنکه این دو حوزه را در چارچوب یک زیست‌بوم یکپارچه تلفیق کنند. این در حالی است که ادغام این دو حوزه و ارائه مدلی جامع که بتواند به توسعه مشارکت خیرین ورزشی در عصر دیجیتال بینجامد، ضرورتی انکارناپذیر است. بنابراین، نوآوری اصلی این پژوهش در تلفیق دو حوزه فناوری‌های دیجیتال و مشارکت خیرین ورزشی به صورت سیستماتیک و کل‌نگر است؛ به گونه‌ای که تمامی اجزای کلیدی زیست‌بوم شامل ذی‌نفعان، فرایندها، فناوری‌ها و ساختارهای حکمرانی در تعامل با یکدیگر مدل‌سازی می‌شوند. این رویکرد جامع، فراتر از بررسی‌های پراکنده گذشته، امکان توسعه

¹ Buser² Wei³ Qi

مشارکت خیرین ورزشی را در بستر تحول دیجیتال فراهم می‌کند. در چشم‌انداز این پژوهش، انتظار می‌رود این پژوهش بتواند نقشی مؤثر در ارتقای فرهنگ خیرورزی دیجیتال و تقویت زیرساخت‌های فناوری مرتبط ایفا کند و به بهبود کیفیت خدمات ورزشی و افزایش رضایت مخاطبان منجر شود. بنابراین، پرسش اصلی این پژوهش این است که مدل زیست‌بوم دیجیتال توسعه مشارکت خیرین ورزشی چگونه است.

۲- مبانی نظری

در این بخش، مفاهیم و چارچوب‌های نظری کلیدی مرتبط با پژوهش بررسی می‌شوند. هدف از ارائه این بخش ایجاد درکی مشترک از اصطلاحات تخصصی و بنیان‌های نظری پژوهش است که زمینه لازم برای تحلیل یافته‌ها و تدوین مدل را فراهم می‌کند. مفاهیم اصلی مورد بحث در این بخش شامل «خیریه و نیکوکاری»، «خیرین ورزشی»، «مشارکت خیرین» و «زیست‌بوم دیجیتال» هستند که هر یک از دیدگاه نظری و در ارتباط با موضوع پژوهش تعریف و تبیین خواهند شد. این بررسی نظری نه فقط مفاهیم پایه را شفاف‌سازی می‌کند، بلکه ارتباط نظام‌مند بین آنها را در چارچوب پژوهش حاضر نشان می‌دهد.

۲-۱ خیریه و نیکوکاری

خیریه در ساده‌ترین تعریف خود به مجموعه‌ای از اقدامات داوطلبانه و غیرانتفاعی اطلاق می‌شود که با هدف برطرف کردن نیازهای مادی یا معنوی گروه‌های آسیب‌پذیر جامعه انجام می‌شود (Anheier, 2014). بر اساس تعریف سازمان ملل متحد، نهادهای خیریه زیرمجموعه سازمان‌های غیردولتی هستند که در قالب بخش سوم اقتصاد فعالیت می‌کنند و نقش مکمل دولت‌ها در توسعه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی را به عهده دارند. از دیدگاه جامعه‌شناختی، خیریه بخشی از «سرمایه اجتماعی» است که اعتماد، همبازی و همکاری را در جامعه تقویت می‌کند. فعالیت آنها نه فقط از بروز ناهنجاری‌ها و شکاف‌های طبقاتی می‌کاهد، بلکه احساس تعلق اجتماعی و مسئولیت‌پذیری را نیز افزایش می‌دهد از نظر اقتصادی، نهادهای خیریه با توزیع عادلانه‌تر منابع، موجب گردش مالی در بخش‌هایی از جامعه می‌شوند که از حمایت مستقیم دولت محروم هستند و از این طریق، به پایداری توسعه انسانی کمک می‌کنند. به طور کلی، خیریه مفهومی چندبُعدی است که سه مؤلفه اصلی دارد: ارزش اخلاقی (انگیزه نوع‌دوستی)، نظام سازمانی (ساختار مدیریتی و مالی) و تأثیر اجتماعی (بهبود کیفیت زندگی و توسعه پایدار) (Bekkers & Wiepking, 2011). در ادبیات جدید، مفهوم خیریه، برخلاف نیکوکاری سنتی که بر کمک‌های مقطعی تمرکز دارد، نوعی سرمایه‌گذاری اجتماعی هدفمند محسوب می‌شود که تلاش می‌کند با رویکردی پایدار و نظام‌مند، مسئله‌های اجتماعی را حل کند (Payton & Moody, 2020). امروزه، نهادهای خیریه با بهره‌گیری از فناوری‌های دیجیتال، شفافیت مالی و نظارت عمومی را افزایش داده‌اند و از بسترهای آنلاین برای جذب منابع و گزارش‌دهی به حامیان استفاده می‌کنند (Han & Xie, 2025).

۲-۲ خیرین ورزشی

خیرین ورزشی به افراد و نهادهایی اطلاق می‌شود که با انگیزه‌های نوع‌دوستانه، دینی و اجتماعی، منابع مالی، فکری یا زمانی خود را در راستای توسعه زیرساخت‌های ورزشی و تسهیل‌گری در این عرصه اختصاص می‌دهند. این خیرین در قالب‌هایی مختلف، از جمله احداث ورزشگاه‌ها، سالن‌های ورزشی، زمین‌های چمن و دیگر فضاها، ورزشی، ایفای نقش می‌کنند



(احمدی و همکاران، ۱۴۰۴). برای مثال، قانون الحاق یک ماده به قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت (ماده ۱۸) با اعطای معافیت‌های مالیاتی به صورت مستقیم، سرمایه‌گذاری خیرین در حوزه ورزش را تشویق می‌کند. مطالعات نشان می‌دهند مشارکت این خیرین نه فقط موجب توسعه فیزیکی ورزش می‌شود، بلکه به عنوان بازوی کمکی دولت، در راستای تحقق اهداف کلانی همچون توسعه عدالت ورزشی و ارتقای سلامت جامعه عمل می‌کند. از دیدگاه اقتصادی، این مشارکت‌ها با توزیع مجدد منابع، به گردش مالی در بخش‌های محروم کمک می‌کنند و از طریق ایجاد اشتغال و تقویت اقتصاد محلی، به پایداری توسعه ورزش منجر می‌شوند. در بستر فرهنگ ایرانی-اسلامی، اقدامات خیرین ورزشی تجلی‌یافته ارزش‌هایی همچون نوع‌دوستی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی است که ریشه در باورهای دینی و سنت‌های نیکوکاری دارد (امیری‌پریان و همکاران، ۱۴۰۱).

۳-۲ مشارکت خیرین

مشارکت خیرین یکی از جلوه‌های اصلی کنش داوطلبانه در جوامع است که نقشی مهم در توسعه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی کشورها دارد. این مفهوم به مجموعه فعالیت‌هایی اطلاق می‌شود که در آن، افراد خیر با انگیزه‌های انسانی، دینی، اخلاقی یا اجتماعی، منابع مالی، فکری یا زمانی خود را برای حمایت از پروژه‌ها و طرح‌های عام‌المنفعه اختصاص می‌دهند (امیری‌پریان و همکاران، ۱۴۰۱). در این معنا، مشارکت خیرین فقط محدود به اهدای مال نیست، بلکه شامل حضور فعال در تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی، نظارت و حمایت از طرح‌های توسعه‌ای نیز می‌شود. از دیدگاه جامعه‌شناختی، مشارکت خیرین نوعی کنش اجتماعی داوطلبانه است که بر پایه اعتماد، نوع‌دوستی و مسئولیت‌پذیری شکل می‌گیرد. پژوهشگران حوزه توسعه اجتماعی باور دارند افزایش سطح مشارکت خیرین نشان‌دهنده رشد سرمایه اجتماعی و ارتقای حس تعلق به جامعه است. از این دیدگاه، مشارکت خیرین نه فقط ابزاری برای حل مشکلات اقتصادی و اجتماعی، بلکه سازوکاری برای تقویت همبستگی ملی و انسجام فرهنگی محسوب می‌شود. در حوزه ورزش، مشارکت خیرین اهمیتی دوچندان دارد، زیرا توسعه زیرساخت‌های ورزشی و حمایت از استعدادهای جوان نیازمند منابع مالی و انسانی گسترده است که دولت به تنهایی قادر به تأمین آنها نیست؛ به همین دلیل، خیرین می‌توانند با سرمایه‌گذاری هدفمند در ورزش، نقشی مؤثر در ارتقای سلامت عمومی و گسترش عدالت ورزشی ایفا کنند (نودهی و همکاران، ۱۴۰۱).

۴-۲ زیست‌بوم دیجیتال

در دهه‌های اخیر، تحول دیجیتال موجب شکل‌گیری مفهومی نوین در ادبیات مدیریت و فناوری به نام زیست‌بوم دیجیتال شده است. این مفهوم برگرفته از منطق زیست‌بومی در علوم طبیعی است و به شبکه‌ای از کنشگران، فناوری‌ها و فرایندها اشاره دارد که در محیطی پویا و تعاملی با یکدیگر در ارتباط هستند (Buser et al., 2022). در زیست‌بوم دیجیتال، ارزش نه به صورت خطی، بلکه به صورت تعاملی و اشتراکی خلق می‌شود؛ به این معنا که هر عضو (کاربر، نهاد یا پلتفرم) در خلق و توزیع ارزش نقش دارد (Ratten, 2018). در چنین محیطی، فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی زیرساخت‌های اصلی تعامل میان ذی‌نفعان را فراهم می‌کنند. این فناوری‌ها نه فقط جریان اطلاعات را تسهیل می‌کنند، بلکه اعتماد، شفافیت و پاسخ‌گویی را در فرایندهای اقتصادی و اجتماعی تقویت می‌کنند (Han & Xie, 2025). از این دیدگاه، زیست‌بوم دیجیتال بستری پویا برای نوآوری، اشتراک دانش و مشارکت جمعی است. در ایران نیز مفهوم زیست‌بوم دیجیتال در سال‌های اخیر به تدریج وارد ادبیات توسعه و مدیریت شده است. پژوهشگران داخلی آن را به عنوان شبکه‌ای هوشمند از تعاملات انسانی و



فناورانه تعریف کرده‌اند که به تسهیم منابع و تسریع فرایندهای مشارکت اجتماعی منجر می‌شود (زمان‌پور و همکاران، ۱۴۰۴). این زیست‌بوم‌ها با ترکیب فناوری‌های ارتباطی، زیرساخت‌های داده و پلتفرم‌های خدماتی، نقشی مؤثر در تحول شیوه‌های ارائه خدمات عمومی، از جمله فعالیت‌های خیریه، دارند. در حوزه نیکوکاری و ورزش، زیست‌بوم دیجیتال می‌تواند ارتباط میان خیرین، نهادهای ورزشی و ذی‌نفعان اجتماعی را تسهیل کند. برای مثال، پلتفرم‌های آنلاین می‌توانند پروژه‌های ورزشی نیازمند حمایت را به خیرین معرفی کنند و اطلاعات مالی را به صورت شفاف نمایش دهند. چنین ساختاری باعث افزایش اعتماد، کارایی و پایداری در مشارکت خیرین می‌شود (Thukral & Ratten, 2021).

به طور کلی، زیست‌بوم دیجیتال در این پژوهش به عنوان چارچوبی نظام‌مند برای پیوند فناوری، انسان و ارزش اجتماعی تعریف می‌شود؛ چارچوبی که به‌جای تمرکز بر روابط سلسله‌مراتبی، بر تعامل و هم‌زیستی ذی‌نفعان تأکید دارد. در چنین مدلی، نهادهای ورزشی، خیرین، شرکت‌های فناوری و نهادهای حاکمیتی به صورت شبکه‌ای پویا عمل می‌کنند تا توسعه مشارکت و خلق ارزش اجتماعی در ورزش را ممکن کنند.

۳- روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی است و با راهبرد کیفی و به روش تحلیل مضمون انجام شده است. این روش به پژوهشگر امکان می‌دهد تا با شناسایی، تحلیل و سازمان‌دهی الگوهای معنادار (مضامین) درون داده‌های متنی، به ساختاری جامع برای پدیده مورد مطالعه دست یابد (Vaismoradi & Snelgrove, 2019).

جامعه پژوهش شامل کلیه خبرگان و صاحب‌نظران در حوزه‌های مدیریت ورزشی و خیریه بود که دارای سابقه پژوهشی و اجرایی جالب توجه در این حوزه‌ها بودند. این افراد عمدتاً دارای تالیفات علمی مرتبط، سابقه مدیریت در سازمان‌های ورزشی یا مؤسسه‌های خیریه و نقش‌های کلیدی در توسعه فعالیت‌های خیرخواهانه ورزشی بودند. به منظور حصول تنوع بیشینه در دیدگاه‌ها، از روش نمونه‌گیری هدفمند با معیار بیشترین تنوع استفاده شد و در نهایت، ۱۴ نفر از متخصصان برجسته انتخاب شدند.

با به‌کارگیری روش نمونه‌گیری هدفمند و با اتخاذ معیار بیشترین تنوع، تعداد ۱۴ نفر از متخصصان حوزه مدیریت ورزشی و خیرین شناخته‌شده ورزش انتخاب شدند. فرایند نمونه‌گیری و جمع‌آوری داده‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت؛ به طوری که پس از انجام ۱۱ مصاحبه، اطلاعات جدید و جالب توجهی حاصل نشد، اما برای اطمینان و تعمیق تحلیل، مصاحبه‌ها تا تعداد ۱۴ نفر ادامه یافتند.

ابزار اصلی این پژوهش مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بود. یک راهنمای مصاحبه پژوهشگر ساخته طراحی شد که پرسش‌های آن حول سه محور اصلی زیر سازمان‌دهی شده بودند:

۱- پرسش‌های ادراکی و کلی: با هدف درک دیدگاه کلی خبرگان از مزایا، چالش‌های موجود و ویژگی‌های کلیدی یک زیست‌بوم دیجیتال.

۲- پرسش‌های مربوط به اجزا و ساختار مدل: با هدف شناسایی ذی‌نفعان اصلی، قابلیت‌های ضروری پلتفرم، مکانیسم‌های ایجاد اعتماد و شفافیت و راهکارهای درگیرسازی و توسعه مشارکت پایدار خیرین.

۳- پرسش‌های راهبردی و پایانی: با هدف گردآوری پیشنهادهای عملی برای اجرا، استقرار و تحلیل الزامات فرهنگی، ساختاری و قانونی لازم برای موفقیت مدل.

محتوا و جهت‌گیری پرسش‌ها به گونه‌ای طراحی شد تا امکان کشف عمیق مؤلفه‌ها، روابط و ساختارهای نهفته در داده‌ها، متناسب با چارچوب تحلیل مضمون را فراهم کنند. نمونه‌هایی از پرسش‌های کلیدی پرسیده‌شده عبارت بودند از: مهم‌ترین چالش‌های توسعه مشارکت خیرین در ورزش ایران کدام‌اند؟ ذی‌نفعان اصلی این زیست‌بوم و نقش هر یک کدام‌اند؟ چه مکانیسم‌هایی برای ایجاد شفافیت و اعتماد در این فضا ضروری هستند؟ برای حرکت از جذب به توسعه مشارکت پایدار، چه قابلیت‌هایی را پیشنهاد می‌کنید؟

میانگین زمان هر مصاحبه ۶۰ دقیقه بود و با کسب رضایت‌نامه آگاهانه از تمامی مشارکت‌کنندگان، مصاحبه‌ها ضبط و سپس برای تحلیل آماده شدند.

داده‌های خام (فایل‌های صوتی مصاحبه‌ها) ابتدا به‌دقت تدوین و اجرا شدند تا یک پایگاه داده متنی ایجاد شود. برای مدیریت، کدگذاری و تحلیل نظام‌مند این داده‌ها از نرم‌افزار MAXQDA نسخه ۲۰۲۰ استفاده شد. فرایند تحلیل بر اساس مدل تحلیلی براون و کلارک^۱ (2019) و در شش مرحله در محیط این نرم‌افزار انجام شد:

۱. آشناسدن با داده‌ها: متن تمامی مصاحبه‌ها بارها در محیط نرم‌افزار مطالعه شد.
 ۲. تولید کدهای اولیه: داده‌ها به صورت خط‌به‌خط و جمله‌به‌جمله کدگذاری شدند.
 ۳. جست‌وجو برای مضامین: کدهای مشابه با استفاده از قابلیت‌هایی مانند کدگذاری محوری و ایجاد گروه‌بندی در نرم‌افزار، دسته‌بندی و در قالب مضامین پایه و مضامین سازمان‌دهنده اولیه سازمان‌دهی شدند.
 ۴. بازبینی مضامین: مضامین شناسایی‌شده با مراجعه مکرر به کدهای اصلی و کل داده‌ها بازبینی و پالایش شدند.
 ۵. تعریف و نام‌گذاری مضامین: برای هر مضمون در سطوح مختلف (پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر)، تعریفی دقیق ثبت شد.
 ۶. تدوین گزارش نهایی: در نهایت، شبکه نهایی مضامین که مدل مفهومی پژوهش را تشکیل می‌داد، مستقیماً از درون نرم‌افزار استخراج و به صورت یک نمودار شماتیک ارائه شد.
- به منظور تعیین روایی، از شاخص اعتبارسنجی گوبا و لینکن^۲ (1994) بر اساس چهار عنصر قابلیت اعتبار، قابلیت انتقال، قابلیت اعتماد، و قابلیت تأیید استفاده شد. در **جدول ۱**، معیارها و فرایند بررسی روایی ارائه شده‌اند.

جدول ۱. معیارهای روایی ابزار پژوهش

Table 1. Validity criteria of the research instrument

معیار	رویکرد اجرایی در پژوهش حاضر
اعتبار	اختصاص زمان کافی و تأیید محتوای مصاحبه‌ها توسط مشارکت‌کنندگان
انتقال‌پذیری	جلب نظر متخصصانی که مستقیماً در مطالعه حاضر حضور نداشتند
تأیید‌پذیری	ثبت نظام‌مند کلیه مراحل پژوهش و اسناد مرتبط در فرایند پژوهش
قابلیت اعتماد	مستندسازی جامع جزئیات پژوهش و یادداشت‌برداری در حین مصاحبه و مراحل تحلیل

¹ Braun & Clarke

² Guba & Lincoln



برای حصول اطمینان از قابلیت اعتماد داده‌های پژوهش، از راهبرد توافق بین کدگذاران بر اساس استملر^۱ (2001) استفاده شد. در این مسیر، از دو تن از صاحب‌نظران مرتبط با حوزه موضوعی درخواست شد تا به صورت مستقل به کدگذاری سه مصاحبه انتخاب‌شده به شیوه تصادفی اقدام کنند. درصد توافق از طریق نسبت تعداد موارد توافق به مجموع توافق و عدم‌توافق بین دو کدگذار محاسبه می‌شود:

$$\text{درصد توافق} = \frac{\text{تعداد موارد توافق}}{\text{تعداد موارد توافق} + \text{تعداد موارد عدم توافق}} \times 100$$

مطابق معیارهای استملر، میزان توافق بیش از ۷۰ درصد قابل قبول و بیش از ۸۰ درصد نشان‌دهنده پایایی مطلوب در تحلیل کیفی است (Stemler, 2001). نتایج حاصل از این ارزیابی که در **جدول ۲** ارائه شده است، نشان از پایایی قابل قبول مصاحبه‌های انجام‌شده دارد.

جدول ۲. پایایی کدگذاری

Table 2. Coding reliability

شماره مصاحبه	کل کدها	کدهای مشترک	درصد توافق
سوم	۲۲	۱۹	۸۶
هفتم	۲۱	۱۷	۸۰
هشتم	۱۷	۱۵	۸۸
میانگین	۲۰	۱۷	۸۵

۴- یافته‌های پژوهش

در بین ۱۴ مشارکت‌کننده در این پژوهش، ۸ نفر از حوزه مدیریت ورزشی و ۶ نفر از حوزه خیریه بوده‌اند. مشخصات مشارکت‌کنندگان پژوهش در **جدول ۳** ارائه شده است.

جدول ۳. ویژگی‌های مشارکت‌کنندگان

Table 3. Characteristics of participants

شماره مصاحبه	حوزه فعالیت	رشته تحصیلی	مرتبه علمی	سابقه فعالیت	جنسیت	سن
۱	مدیریت ورزشی	مدیریت ورزشی	دکتری تخصصی	۳۰ سال	مرد	۶۱
۲	مدیریت ورزشی	مدیریت ورزشی	دکتری تخصصی	۱۵ سال	مرد	۴۵
۳	خیریه	-	دیپلم	۴۰ سال	مرد	۷۰
۴	مدیریت ورزشی	مدیریت ورزشی	کارشناسی ارشد	۲۰ سال	مرد	۵۳
۵	خیریه	مکانیک	لیسانس	۱۵ سال	مرد	۴۸
۶	خیریه	روانشناسی	دکتری تخصصی	۲۰ سال	زن	۵۵
۷	خیریه	شیمی	لیسانس	۴۰ سال	مرد	۶۵
۸	مدیریت ورزشی	تربیت بدنی	کارشناسی ارشد	۵ سال	زن	۳۹

¹ Stemler



شماره مصاحبه	حوزه فعالیت	رشته تحصیلی	مرتبه علمی	سابقه فعالیت	جنسیت	سن
۹	مدیریت ورزشی	تربیت بدنی	لیسانس	۱۰ سال	مرد	۴۵
۱۰	مدیریت ورزشی	مدیریت ورزشی	دکتری تخصصی	۱۵ سال	مرد	۵۰
۱۱	خیریه	زبان انگلیسی	لیسانس	۶۰ سال	زن	۸۵
۱۲	خیریه	متالوژی	لیسانس	۲۰ سال	مرد	۶۰
۱۳	مدیریت ورزشی	مدیریت ورزشی	کارشناسی ارشد	۱۰ سال	زن	۴۰
۱۴	مدیریت ورزشی	مدیریت ورزشی	دکتری تخصصی	۲۰ سال	مرد	۵۵

در این بخش، یافته‌های حاصل از تحلیل مصاحبه‌ها در چارچوب تحلیل مضمون ارائه می‌شود. بر اساس تحلیل محتوای کیفی ۱۴ مصاحبه انجام شده در این پژوهش، در مجموع، ۲۴ کد باز و ۶ مضمون فرعی شناسایی و استخراج شدند که در نهایت، در قالب یک مضمون اصلی با عنوان «زیست‌بوم دیجیتال جذب خیرین ورزشی» سازمان‌دهی شدند. مجموع فراوانی کدهای باز استخراج شده ۲۴۵ مورد بوده که بیشترین فراوانی مربوط به کد تسهیل‌گری وزارت ورزش و نهادهای ورزشی (۱۴ مورد) و کمترین فراوانی مربوط به کد پیوند با ارزش‌های دینی و ملی (۶ مورد) است. مضامین شناسایی شده نشان می‌دهند زیست‌بوم دیجیتال جذب خیرین ورزشی از ترکیب چند محور کلیدی شکل می‌گیرد. مضمون سیاست‌گذاری و حمایت‌ها بیانگر نقش محوری نهادهای حاکمیتی در تسهیل مشارکت است؛ در حالی که مضمون ایجاد زیرساخت‌های فناورانه بر ضرورت وجود پلتفرم‌های امن، شفاف و کاربرمحور تأکید دارد. بازاریابی و روایت‌سازی خیرخواهانه اهمیت برجسته روایت‌گری و بازنمایی اثرات کمک‌ها را روشن می‌کند و شفافیت و اعتمادسازی دیجیتال الزامات نظارتی و گزارش‌دهی آنلاین را مشخص می‌کند. همچنین، مضمون توسعه انگیزه‌ها نشان می‌دهد انگیزه‌های درونی و بیرونی خیرین در فضای دیجیتال باید تقویت شوند و ایجاد فرهنگ خیرورزی دیجیتال بر نیاز به آموزش، آگاهی‌رسانی و شبکه‌سازی تأکید دارد. در مجموع، یافته‌ها نشان می‌دهد مشارکت خیرین در بستر دیجیتال نتیجه تعامل هم‌زمان سیاست‌گذاری، فناوری، فرهنگ‌سازی و انگیزش فردی است. این مضامین در **جدول ۴** به همراه فراوانی مربوط به هر یک ارائه شده‌اند.

جدول ۴. یافته‌های پژوهش

Table 4. Research findings

مضمون اصلی	مضمون فرعی	کد باز	فراوانی
زیست‌بوم دیجیتال جذب خیرین ورزشی	سیاست‌گذاری و حمایت‌ها	تسهیل‌گری وزارت ورزش و نهادهای ورزشی	۱۴
		تسهیل قوانین مالیاتی برای خیرین	۱۰
		ایجاد چارچوب حقوقی پلتفرم‌های خیریه دیجیتال	۱۰
		مشارکت سه‌جانبه (نهادهای ورزشی، خیرین، بخش فناوری)	۱۲
ایجاد زیرساخت‌های فناورانه		وجود پلتفرم ملی خیریه ورزشی	۱۳
		امنیت تراکنش‌ها و شفافیت مالی	۱۲
		طراحی کاربری ساده و تعاملی پلتفرم	۷
		استفاده از هوش مصنوعی برای تطبیق شرایط خیر و پروژه	۱۰
بازاریابی و روایت‌سازی خیرخواهانه		کمپین‌های رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی	۹
		نمایش اثرات ملموس و قابل مشاهده	۱۱
		بازاریابی محتوایی خیریه‌ها	۱۰
		برندینگ خیرخواهانه باشگاه‌ها	۱۲
شفافیت و اعتمادسازی دیجیتال		گزارش‌دهی آنلاین پروژه‌ها	۱۲
		اعتبارسنجی سازمان‌های دریافت‌کننده کمک	۸
		نظام ارزیابی عملکرد خیرین و مجریان	۱۱
		شفافیت مالی و نظارتی دیجیتال	۱۰
توسعه انگیزه‌ها و پیشران‌های خیرین		ایجاد حس تعلق به جامعه ورزشی	۸
		ارزش معنوی کمک به استعدادهای جوان	۸
		توسعه انگیزش درونی (نوع دوستی، رضایت شخصی)	۹
		توسعه انگیزش بیرونی (قدردانی، دیده شدن در رسانه‌ها)	۱۱
ایجاد فرهنگ خیرورزی دیجیتال		پیوند با ارزش‌های دینی و ملی	۶
		نهادینه‌سازی فرهنگی	۱۱
		آموزش و اطلاع‌رسانی عمومی	۱۰
		شبکه‌سازی و ایجاد جوامع مجازی خیرین ورزشی	۱۰

مدل نهایی پژوهش (شکل ۱) به صورت یک ساختار سلسله‌مراتبی و تعاملی ترسیم شده است. در این مدل، مضمون اصلی زیست‌بوم دیجیتال جذب خیرین ورزشی در رأس قرار دارد و مضامین سازمان‌دهنده به عنوان ارکان اصلی مدل در سه لایه زیر نمایش داده شده‌اند:

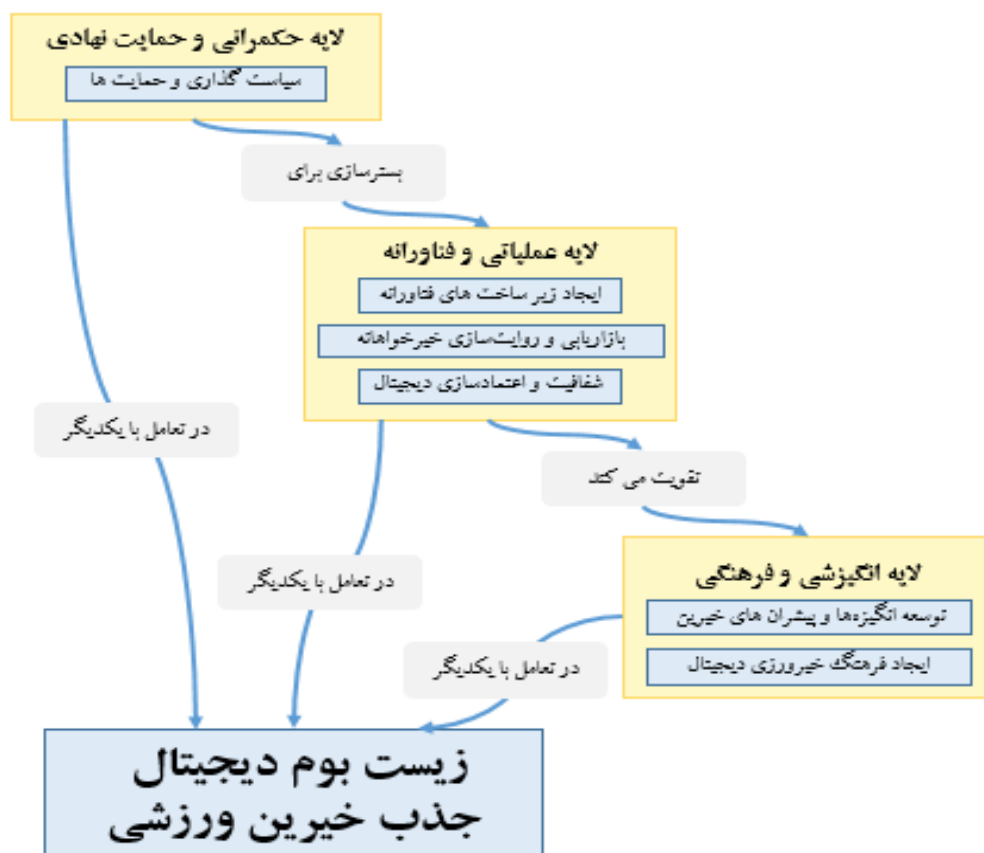
لایه حکمرانی: شامل سیاست‌گذاری و حمایت‌ها

لایه عملیاتی-فناورانه: شامل زیرساخت‌های فناورانه، بازاریابی و شفافیت‌سازی

لایه انگیزشی-فرهنگی: شامل توسعه انگیزه‌ها و فرهنگ‌سازی

این مدل نشان می‌دهد چگونه این لایه‌ها در تعامل پویا با یکدیگر، امکان توسعه پایدار مشارکت خیرین را فراهم می‌کنند.





شکل ۱. مدل زیست‌بوم دیجیتال برای توسعه مشارکت خیرین ورزشی

Figure 1. Digital ecosystem model for developing sports philanthropic partnerships

۵- بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف طراحی مدل زیست‌بوم دیجیتال برای توسعه مشارکت خیرین ورزشی در ایران انجام شد. یافته‌ها نشان داد این مدل متشکل از ۶ مضمون سازمان‌دهنده در سه لایه به‌هم‌پیوسته حکمرانی و حمایت نهادی، عملیاتی-فناورانه و انگیزشی-فرهنگی است که در تعامل با یکدیگر، بستری پایدار برای جذب و توسعه مشارکت خیرین فراهم می‌کنند. مضمون سازمان‌دهنده سیاست‌گذاری و حمایت‌ها شامل مضامین پایه تسهیل‌گری وزارت ورزش و نهادهای ورزشی، تسهیل قوانین مالیاتی برای خیرین، ایجاد چارچوب حقوقی پلتفرم‌های خیریه دیجیتال، مشارکت سه‌جانبه (نهادهای ورزشی، خیرین، بخش فناوری) است. این یافته‌ها از پژوهش پالمر و دایر^۱ (۲۰۲۰) در زمینه لزوم ایجاد چارچوب‌های تنظیمی حمایتی پشتیبانی می‌کند. همچنین، در پژوهش عرب مازار و زایر (۱۳۹۰)، نیز اهمیت موضوع و نقش بی‌بدیلی تسهیل قوانین مالیاتی کشورها در تشویق کمک‌های خیریه نشان داده شده است. پژوهش باندز^۲ و همکاران (۲۰۲۳) نیز بر نقش فرصت‌هایی تأکید

¹ Palmer & Dwyer

² Bunds



دارد که فناوری برای ارتباط محلی و جهانی برای امور خیریه دارد و نتایج مشارکت سه‌جانبه نهادهای ورزشی، خیرین و بخش فناوری را پشتیبانی می‌کند. نکته حائز اهمیت این است که این چهار مؤلفه در تعامل پویا با یکدیگر قرار دارند؛ به طوری که تسهیل‌گری نهادهای ورزشی بدون وجود چارچوب حقوقی شفاف و مشوق‌های مالیاتی کارآمد، نمی‌تواند به مشارکت سه‌جانبه پایدار منجر شود؛ از این رو، موفقیت زیست‌بوم دیجیتال خیرین ورزشی در گرو توجه هم‌زمان و یکپارچه به تمامی این ابعاد است. یافته‌ها نشان می‌دهد این چهار مؤلفه یک چارچوب نظام‌مند و به‌هم‌پیوسته را تشکیل می‌دهند. برای نمونه، تسهیل قوانین مالیاتی و چارچوب حقوقی شفاف بستر قانونی و انگیزشی لازم را برای جذب خیرین فراهم می‌کند. در مرحله بعد، تسهیل‌گری نهادهای ورزشی و مشارکت سه‌جانبه این بستر را به یک مدل عملیاتی و پویا تبدیل می‌کنند که در آن، فناوری به عنوان تسهیل‌گر اصلی، ارتباط بین این اجزا را کارآمد می‌کند. بنابراین، غفلت از هر یک از این ارکان می‌تواند چرخه ارزش‌آفرینی را در کل زیست‌بوم خیریه ورزشی مختل کند.

مضمون سازمان‌دهنده ایجاد زیرساخت‌های فناورانه شامل چهار مضمون پایه وجود پلتفرم ملی خیریه ورزشی، امنیت تراکنش‌ها و شفافیت مالی، طراحی کاربری ساده و تعاملی پلتفرم و استفاده از هوش مصنوعی برای تطبیق شرایط خیر و پروژه است. این یافته با پژوهش یانگ، یانگ و ژانگ^۱ (2024) هم‌سو است که تأکید کردند پلتفرم‌های دیجیتال یکپارچه دسترسی به مشارکت خیریه را دموکراتیک‌تر می‌کنند. رعنائی کردشولی و ده‌آز (۱۴۰۲)، پ‌ضعف در شفافیت منابع و مشخص‌نبودن مرجع نظارت را از مهم‌ترین چالش‌های موجود در نهادهای خیریه ایران معرفی کرده‌اند. به طور خاص، تأکید مشارکت‌کنندگان بر امنیت و شفافیت از یافته‌های نورعلی زاده و همکاران (۱۴۰۱) پشتیبانی می‌کند که شفافیت مالی را سنگ بنای اعتماد در خیریه‌های دیجیتال می‌دانند. علاوه بر این، یافته حاضر مبنی بر تطبیق هوشمند پروژه‌ها و خیرین از طریق هوش مصنوعی، یافته‌های لانگ^۲ (2024) را بسط می‌دهد که هوش مصنوعی را ابزاری برای شخصی‌سازی تجربه بشردوستی و افزایش رضایت خیرین شناسایی کرد. در نهایت، این مضمون نشان می‌دهد فناوری نه به عنوان یک ابزار جانبی، بلکه به عنوان تسهیل‌گر اصلی در ایجاد اعتماد، کارایی و توسعه مشارکت پایدار در خیریه ورزشی ایران ایفای نقش می‌کند. در واقع، وجود یک پلتفرم ملی متمرکز فقط زمانی می‌تواند به بستری قابل اعتماد تبدیل شود که امنیت تراکنش‌ها و شفافیت مالی در کانون طراحی آن قرار گیرد. این شفافیت نه فقط اعتماد عمومی را جلب می‌کند، بلکه با استفاده از هوش مصنوعی، امکان تطبیق دقیق‌تر علایق و سرمایه خیرین با نیازهای واقعی پروژه‌های ورزشی را فراهم می‌کند. در واقع، این چهار عنصر در کنار هم یک چرخه فضیلت ایجاد می‌کنند: طراحی کاربرپسند، مشارکت بیشتر را به دنبال دارد، داده‌های بیشتر، هوش مصنوعی را هوشمندتر می‌کند، و هوش مصنوعی دقیق‌تر، شفافیت و رضایت را افزایش می‌دهد که این خود باعث تقویت مجدد مشارکت و اعتماد می‌شود. بنابراین، این زیرساخت هسته مرکزی برای تحول زیست‌بوم خیریه ورزشی از حالت سنتی و پراکنده به یک سیستم داده‌بنیان، شفاف و مقیاس‌پذیر محسوب می‌شود.

مضمون سازمان‌دهنده بازاریابی و روایت‌سازی خیرخواهانه شامل مضامین پایه کمپین‌های رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی، نمایش اثرات ملموس و قابل مشاهده، بازاریابی محتوایی خیریه‌ها و برندینگ خیرخواهانه باشگاه‌هاست. در تبیین این یافته‌ها، باید اشاره کرد این نتایج به طور قوی از یافته‌های یانگ، ژو و وو^۳ (2024) پشتیبانی می‌کند که نشان دادند

¹ Yang, Yang & Zhang

² Lang

³ Yang, Zhu & Wu



روایت‌پردازی دیجیتال مؤثر حول فعالیت‌های بشردوستانه درک عمومی را افزایش می‌دهد و مشارکت احساسی مخاطبان را برمی‌انگیزد. به طور خاص، تأکید مشارکت‌کنندگان بر نمایش اثرات ملموس با پژوهش کوگلان و فیلو^۱ (2013) هم‌سو است که دریافتند شفافیت در نمایش نتایج و تأثیر کمک‌ها مهم‌ترین عامل در ایجاد اعتماد و تداوم مشارکت خیرین محسوب می‌شود. همچنین، یافته حاضر در رابطه با برندینگ خیرخواهانه به این معناست که هم‌سویی ارزش‌های یک برند ورزشی با اقدامات بشردوستانه می‌تواند هویت برند را تقویت کند و وفاداری هواداران را عمق بخشد. در نهایت، این مضمون نشان می‌دهد تبدیل اهدای پول به یک تجربه معنادار برای خیر در گرو خلق و انتشار مستمر روایت‌های اصیل و اثرگذار از طریق کانال‌های دیجیتال است. در نهایت، این فرایند هوشمندانه عمل خیر را از یک تعامل مالی ساده به یک «تجربه مشارکت» تبدیل می‌کند. زمانی که یک خیر تأثیر مستقیم کمک خود را به‌وضوح می‌بیند و احساس می‌کند بخشی از یک روایت بزرگ‌تر و مثبت است، انگیزه درونی او برای تداوم حمایت چندین برابر می‌شود.

مضمون سازمان‌دهنده شفافیت و اعتمادسازی دیجیتال شامل مضامین پایه گزارش‌دهی آنلاین پروژه‌ها، اعتبارسنجی سازمان‌های دریافت‌کننده کمک، نظام ارزیابی عملکرد خیرین و مجریان و شفافیت مالی و نظارتی دیجیتال است. در تبیین این یافته‌ها، باید اشاره کرد این نتایج به طور کامل از یافته‌های سارجنت و وودلیف^۲ (2007) پشتیبانی می‌کند که اعتماد را کلید اصلی وفاداری خیرین و تداوم مشارکت آنان معرفی می‌کنند. همچنین، یافته حاضر در رابطه با اعتبارسنجی سازمان‌های دریافت‌کننده دیدگاه اندریسن^۳ و همکاران (2008) را تأیید می‌کند که بر لزوم ایجاد مکانیسم‌های اعتبارسنجی برای کاهش ریسک ادراک‌شده خیرین تأکید داشتند. وجود یک نظام ارزیابی تعاملی نه فقط مسئولیت‌پذیری را افزایش می‌دهد، بلکه حس شراکت و تعلق متقابل را تقویت می‌کند. در نهایت، این مضمون نشان می‌دهد شفافیت دیجیتال فقط به معنای افشای اطلاعات نیست، بلکه ایجاد یک فضای پاسخ‌گویی متقابل است که در آن، تمام ذی‌نفعان نسبت به تعهدات خود مسئول هستند و اعتماد به عنوان یک سرمایه جمعی دائماً تقویت می‌شود.

مضمون سازمان‌دهنده توسعه انگیزه‌ها و پیشران‌های خیرین شامل مضامین پایه ایجاد حس تعلق به جامعه ورزشی، ارزش معنوی کمک به استعدادها، جوان، توسعه انگیزش درونی (نوع‌دوستی، رضایت شخصی)، توسعه انگیزش بیرونی (قدردانی، دیده‌شدن در رسانه‌ها) و پیوند با ارزش‌های دینی و ملی است. در تبیین این یافته‌ها، باید اشاره کرد دیگو و فیلو^۴ (2020) در پژوهشی هم‌سو، حس تعلق به جامعه ورزشی را به عنوان یکی از انگیزاننده‌های اصلی خیرین معرفی کردند. این یافته همچنین با پژوهش پالمر (2021) هم‌خوانی دارد که نشان داد انگیزه‌های درونی مبتنی بر نوع‌دوستی و رضایت شخصی پایدارترین محرک‌های مشارکت خیریه محسوب می‌شوند. به طور خاص، تأکید مشارکت‌کنندگان بر ارزش معنوی کمک به استعدادها، جوان و معناسازی در تجربه بشردوستی بود. این یافته منحصربه‌فرد نشان می‌دهد در بافت فرهنگی ایران، خیریه ورزشی می‌تواند به کانالی برای تجلی ارزش‌های نهادینه‌شده دینی و میهنی تبدیل شود. در نهایت، این مضمون نشان می‌دهد یک زیست‌بوم دیجیتال موفق باید بتواند هم‌زمان به تمامی سطوح انگیزشی از عمیق‌ترین نیازهای درونی (معنویت و نوع‌دوستی) تا نیازهای اجتماعی (تعلق و قدردانی) پاسخ گوید.

¹ Coghlan & Filo

² Sargeant & Woodliffe

³ Andreasen

⁴ Daigo & Filo



مضمون سازمان‌دهنده ایجاد فرهنگ خیرورزی دیجیتال شامل مضامین پایه ایجاد فرهنگ خیرورزی دیجیتال، نهادینه‌سازی فرهنگی، آموزش و اطلاع‌رسانی عمومی و شبکه‌سازی و ایجاد جوامع مجازی خیرین ورزشی است. تأکید مشارکت‌کنندگان بر نهادینه‌سازی فرهنگی از یافته‌های نیم‌رود و ایوان^۱ (2022) پشتیبانی می‌کند که نشان دادند تبدیل یک رفتار به هنجار اجتماعی پایدار نیازمند کار فرهنگی سیستماتیک و بلندمدت است. همچنین، یافته حاضر در رابطه با شبکه‌سازی و ایجاد جوامع مجازی دیدگاه لی^۲ و همکاران (2025) را تأیید می‌کند که بر نقش اجتماعات آنلاین در تقویت هویت جمعی و تبادل سرمایه اجتماعی میان خیرین تأکید داشتند. شیخ زاده و همکاران (۱۴۰۳) نیز در پژوهشی، تأثیرپذیری از رفتار اهدای خیریه دیگران در شبکه‌های اجتماعی را تأیید کرده‌اند. این یافته نشان می‌دهد توسعه فرهنگ خیرورزی دیجیتال نیازمند مداخلات آگاهانه و برنامه‌های آموزشی ساختاریافته برای ارتقای سواد دیجیتال-خیریه در سطح جامعه است. در نهایت، این مضمون نشان می‌دهد فناوری صرفاً یک ابزار نیست، بلکه خود به عاملی برای بازتعریف فرهنگ نیکوکاری در جامعه معاصر ایران تبدیل شده است.

این پژوهش با طراحی مدل زیست‌بوم دیجیتال برای توسعه مشارکت خیرین ورزشی، الگویی جامع و بومی ارائه کرد که می‌تواند به عنوان راهنمایی کاربردی برای سازمان‌ها و نهادهایی متعدد از جمله وزارت ورزش و جوانان، بنیادهای خیریه ورزشی و سازمان‌های توسعه‌دهنده پلتفرم‌های دیجیتال مرتبط با حوزه ورزش استفاده شود. بهره‌برداری مؤثر از این مدل به تقویت تعامل میان این سازمان‌ها، ارتقای شفافیت مالی و ارتقای مشارکت خیرین کمک خواهد کرد و زمینه‌ساز توسعه پایدار و نوآورانه در حوزه خیریه ورزشی خواهد بود. یافته‌ها نشان داد موفقیت چنین زیست‌بومی در گرو تعامل پویای سه لایه حکمرانی، فناوری و فرهنگ است. مدل ارائه‌شده نه فقط به تقویت شفافیت و اعتماد در فضای خیریه ورزشی توجه دارد، بلکه با تلفیق ارزش‌های دینی-ملی با فناوری‌های نوین، زمینه را برای توسعه پایدار این عرصه فراهم می‌کند. این پژوهش گامی در راستای گذار از نیکوکاری سنتی به مدل دیجیتال یکپارچه در حوزه ورزش ایران محسوب می‌شود.

این پژوهش با محدودیت‌هایی همراه بود که از جمله می‌توان به تمرکز بر طراحی مدل کیفی بدون آزمون کمی، دسترسی محدود به برخی از خیرین ورزشی و چالش‌های فرهنگی در به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات مالی اشاره کرد. همچنین، شرایط اقتصادی نوسان کشور و عدم دسترسی به ذی‌نفعان بین‌المللی از دیگر محدودیت‌های این مطالعه بود. این محدودیت‌ها ممکن است بر تعمیم‌پذیری یافته‌ها اثر گذاشته باشند. پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده به آزمون کمی مدل حاضر با روش معادلات ساختاری اقدام کنند. همچنین، طراحی و اعتبارسنجی پرسشنامه سنجش بلوغ زیست‌بوم‌های دیجیتال خیرین ورزشی می‌تواند زمینه‌ساز مطالعات گسترده‌تر شود. بررسی تطبیقی با نمونه‌های موفق بین‌المللی و مطالعه نقش هوش مصنوعی در شخصی‌سازی تجربه خیرین از دیگر جهت‌های پژوهشی پیشنهادی است. همچنین، پژوهش در رابطه با مدل‌های کسب‌وکار پایدار برای پلتفرم‌های خیریه ورزشی دیجیتال می‌تواند به پایداری مالی این زیست‌بوم‌ها کمک کند.

تشکر و قدردانی

به این وسیله از کلیه مدیران، متخصصان و خیرین محترمی که با مشارکت صادقانه خود در انجام مصاحبه‌ها و ارائه دیدگاه‌های ارزشمند، ما را در اجرای این پژوهش یاری کردند، صمیمانه سپاس‌گزاری می‌شود.

¹ Nimrod & Ivan

² Li



منابع فارسی

- احمدی، و.، امیری، ن.، و راهکشان، ن. (۱۴۰۴). نهاده‌ی‌شدن اتفاق در کرمانشاه و چالش‌های پیش‌روی آن. *مطالعات وقف و امور خیریه*، ۳(۱)، ۴۱-۶۸. <https://doi.org/10.22108/ecs.2025.143097.1121>
- اسلامی، س. م. (۱۴۰۴). زیست‌بوم خیریه و مطالعات خیریه. *مطالعات وقف و امور خیریه*، ۳(۱)، ۶۹-۸۸. <https://doi.org/10.22108/ecs.2025.142692.1115>
- امیری‌پریان، س.، درودیان، ع. ا.، هنری، ح.، و صفانیا، ع. م. (۱۴۰۱). تدوین الگوی عوامل مؤثر بر گسترش وقف و ورود خیران به ورزش با رویکرد توسعه عدالت ورزشی و ارتقای سلامت جامعه. *پژوهش در دین و سلامت*، ۸(۲)، ۲۰-۳۵. <https://doi.org/10.22037/jrrh.v8i2.33967>
- جهان‌میهن، م.، جلالی، س. م.، حق‌پناه، ر.، و امیرزاده جیرگلی، م. (۱۴۰۳). تحلیل نهاد وقف و جایگاه آن در توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی ایران پس از انقلاب اسلامی. *مطالعات سیاسی-اجتماعی تاریخ و فرهنگ ایران*، ۳(۴)، ۲۰۳-۲۱۵. <https://doi.org/10.61838/kman.jspsich.3.4.12>
- حیدری فرد، س.، و شریفیان، ا. (۱۳۹۶). شناسایی و مقایسه موانع مشارکت خیرین در توسعه فضاهای ورزشی. *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۹، ۸۱-۹۶. <https://doi.org/10.22089/smrj.2017.916>
- رعنائی کردشولی، ح. ا.، و دهاز، ر. (۱۴۰۲). جایگاه نهادهای خیریه در الگوهای حکمرانی: واکاوی چالش‌های موجود در نظام حکمرانی ایران. *مطالعات وقف و امور خیریه*، ۱(۲)، ۱۳۱-۱۷۲. <https://doi.org/10.22108/ecs.2023.137326.1049>
- زمان‌پور، س.، قلی‌پور، آ.، آقازاده، ه.، و علامه، س. م. (۱۴۰۴). ارائه چارچوبی برای شایستگی‌های متخصصان سنو در اکوسیستم بازاریابی دیجیتال کسب‌وکارهای اینترنتی. *مدیریت بازرگانی*، ۱۷(۲)، ۳۰۱-۳۳۴. <https://doi.org/10.22059/jibm.2024.366678.4687>
- شیخ‌زاده، م. ا.، تقوی فرد، م. ت.، رئیسی‌وانانی، ا.، و بامداد صوفی، ج. (۱۴۰۳). مدلی برای قصد اهدای آنلاین جهت تأمین مالی جمعی مؤسسات خیریه در ایران. *مطالعات مدیریت کسب‌وکار هوشمند*، ۱۲(۴)، ۱-۳۱. <https://doi.org/10.22054/ims.2024.77031.2413>
- عرب‌مازار، ع.، و زایر، آ. (۱۳۹۰). ارائه الگویی برای حمایت مالیاتی از کمک‌های خیریه در ایران (بازنگری ماده ۱۷۲ ق.م.م. با رویکرد اعتبار مالیاتی). *پژوهشنامه مالیات*، ۱۹، ۳۶-۹. <http://taxjournal.ir/article-1-85-fa.html>
- قاسمی، ن.، بنار، ن.، و شفیع‌ی، ش. (۱۴۰۴). مرور نظام‌مند مقالات مرتبط با تحول دیجیتال در ورزش به روش تحلیل محتوا. *دانش مدیریت ورزشی*، ۳(۱)، ۱۸۶-۱۷۲. <https://doi.org/10.22034/jsmk.2025.67462.1130>
- کریمیان، ش.، عسکری، ا.، فلاح، ز. ع.، و بهلکه، ط. (۱۴۰۰). طراحی الگوی توسعه اقتصاد دیجیتال در ورزش ایران. *نشریه مدیریت ورزشی*، ۱۳(۴)، ۱۲۷۷-۱۲۹۳. <https://doi.org/10.22059/jsm.2020.309490.2565>
- نودهی، م. ع.، احمدی، م.، طیبی، ب.، و دیلمی، ک. (۱۴۰۱). آسیب‌شناسی و مقایسه موانع رونق فرهنگ وقف و امور خیریه در ورزش از دیدگاه مدیران ورزش و خیرین استان گلستان. *مطالعات راهبردی ورزش و جوانان*، ۲۱، ۴۱۹-۴۳۹. <https://doi.org/10.22034/ssys.2022.1271.1880>
- نورعلی‌زاده، م. ر.، ملازاده، ه.، و فانی‌خیای، ر. (۱۴۰۱). نقش شفافیت و نظارت مالی در افزایش جذب مشارکت‌های مردمی در مؤسسه خیریه شهید فیاض بخش مشکین شهر از دیدگاه خیرین و کارشناسان مربوط. *یازدهمین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی در ایران*، تهران. <https://civilica.com/doc/1673300/>



References

- Ahmadi, V., Amiri, N., & Rahkeshan, N. (2025). Institutionalization of donation in Kermanshah and its challenges. *Journal of Endowment & Charity Studies*, 3(1), 41-68. <https://doi.org/10.22108/ecs.2025.143097.1121> [In Persian]
- Amiri-Paryan, S., Doroudian, A. A., Honari, H., & Safania, A. M. (2022). Developing a model of the factors affecting the expansion of endowments and the entry of donors into sports based on developing justice in sports and promoting community health. *Journal of Research on Religion and Health*, 8(2), 20-35. <https://doi.org/10.22037/jrrh.v8i2.33967> [In Persian]
- Andreasen, A. R., Kotler, P., & Parker, D. (2008). *Strategic marketing for nonprofit organizations*. Pearson Education, Inc.
- Anheier, H. K. (2014). *Nonprofit organizations: Theory, management, policy*. Routledge.
- Arabmazar, A., & Zayer, A. (2011). A model of tax support on charitable giving in Iran (A revision of article 172 of Direct Tax Act with tax credit approach). *J Tax Res*, 19, 9-36. <http://taxjournal.ir/article-1-85-fa.html> [In Persian]
- Bekkers, R., & Wiepking, P. (2011). A literature review of empirical studies of philanthropy: Eight mechanisms that drive charitable giving. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40(5), 924-973. <https://doi.org/10.1177/0899764010380927>
- Buser, M., Woratschek, H., Dickson, G., & Schönberner, J. (2022). Toward a sport ecosystem logic. *Journal of Sport Management*, 36(6), 534-547. <https://doi.org/10.1123/jsm.2021-0056>
- Braun, V., & Clarke, V. (2019). Reflecting on reflexive thematic analysis. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 11(4), 589-597. <https://doi.org/10.1080/2159676X.2019.1628806>
- Bunds, K., Tang, Y., & Koenigstorfer, J. (2023). Community building in virtual participation charity sport events. *Journal of Marketing Management*, 39, 1738-1764. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2023.2253449>
- Coghlan, A., & Filo, K. (2013). Using constant comparison method and qualitative data to understand participants' experiences at the nexus of tourism, sport and charity events. *Tourism Management*, 35, 122-131. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.06.007>
- Du, X., & Lizzo, B. (2025). Changing the world one mile at a time: Fitness philanthropy in a virtual community: Du and Lizzo. *International Journal of the Sociology of Leisure*, 1-26. <https://doi.org/10.1007/s41978-025-00181-9>
- Daigo, E., & Filo, K. (2020). Using a sport event to create a sense of community: Charity sport event manager perspectives. *Event Management*, 24(1), 57-74. <https://doi.org/10.3727/152599519X15506259856039>
- Eslami, S. M. (2025). Three-level analysis of charity theories: The case of effective altruism. *Journal of Endowment & Charity Studies*, 3(2), 1-20. <https://doi.org/10.22108/ecs.2025.142692.1115> [In Persian]
- Ghasemi, N., Benar, N., & Shafiei, S. (2025). Systematic review of articles related to digital transformation in sports using content analysis method. *Journal of Sport Management Knowledge*, 3(1), 172-186. <https://doi.org/10.22034/jsmk.2025.67462.1130> [In Persian]
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. In *Handbook of qualitative research*. Sage.
- Han, Y., & Xie, L. (2025). Sustainable governance of digital platform ecosystem: A life cycle perspective through multiple governance parties. *Sustainability*, 17, 3628. <https://doi.org/10.3390/su17083628>
- Heydari Fard, S., & Sharifian, E. (2017). Identification and comparison of barriers to donor's contributions to development of sport facility. *Sport Management Studies*, 9, 81-96. <https://doi.org/10.22089/smrj.2017.916> [In Persian]
- Jahan Mihan, M., Jalali, S. M., Haghpanah, R., & Amirzadeh Jirkol, M. (2024). Analysis of the waqf institution and its role in economic, social, and cultural development in Iran after the Islamic Revolution. *Journal of Social-Political Studies of Iran's Culture and History*, 3(4), 203-215. <https://doi.org/10.61838/kman.jspsich.3.4.12> [In Persian]



- Karimian, S., Askari, A., Fallah, Z., & Bahlekeh, T. (2022). Designing Sport digital economy development model in Iran. *Sport Management Journal*, 13(4), 1277-1293. <https://doi.10.22059/jsm.2020.309490.2565> [In Persian]
- Li, W., Wu, Y., & Wu, J. (2025). Fandom philanthropy in the social media era: The role of online social interactions, group identification, and peer influence in collective action. *Emerging Media*. <https://doi.10.1177/27523543251366471>
- Lang, B. (2024). Digital philanthropy in China: How internet fundraising platforms and artificial intelligence are transforming non-profit governance. In *The Routledge handbook of artificial intelligence and philanthropy*. Routledge.
- Nimrod, G., & Ivan, L. (2022). The dual roles technology plays in leisure: Insights from a study of grandmothers. *Leisure Sciences*, 44(6), 715-732. <https://doi.10.1080/01490400.2019.1656123>
- Nooralizadeh, M. R., Molazadeh, H., & Fani Khiawi, R. (2012). *The role of transparency and financial supervision in increasing the attraction of public contributions in the Shahid Fayyaz Bakhsh Charity Organization, Meshkinshahr from the perspective of donors and relevant experts*. 11th International Conference on Management and Humanities Research in Iran, Tehran. [In Persian]
- Noudehi, M., Ahmadi, M., Tayyebi, B., & Deylamei, K. (2022). Pathology and comparison of Waqf and Charity Culture Development in sport from the perspective of sports managers and charities in Golestan province. *Strategic Studies on Youth and Sports*, 21, 419-439. <https://doi.10.22034/ssys.2022.1271.1880> [In Persian]
- Palmer, C. (2021). Fitness philanthropy and social capital: An emerging research agenda for sport and community well-being. *International Journal of Community Well-Being*, 4(1), 77-90. <https://doi.org/10.1007/s42413-020-00063-w>
- Palmer, C., & Dwyer, Z. (2020). Good running?: The rise of fitness philanthropy and sports-based charity events. *Leisure Sciences*, 42(5-6), 609-623. <https://doi.10.1080/01490400.2019.1656122>
- Payton, R. L., & Moody, M. P. (2020). *Understanding philanthropy: Its meaning and mission*. Indiana University Press.
- Qi, Y., Sajadi, S. M., Baghaei, S., Rezaei, R., & Li, W. (2024). Digital technologies in sports: Opportunities, challenges, and strategies for safeguarding athlete wellbeing and competitive integrity in the digital era. *Technology in Society*, 77, 102496. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2024.102496>
- Ranaei Kordshouli, H. A., & Dahaz, R. (2023). Charitable institutions position in governance models: Analyzing the challenges in Iran's governance system. *Journal of Endowment & Charity Studies*, 1(2), 131-172. <https://doi.10.22108/ecs.2023.137326.1049> [In Persian]
- Ratten, V. (2018). *Sport entrepreneurship: Developing and sustaining an entrepreneurial sports culture*. Springer.
- Robiady, N. D., Windasari, N. A., & Nita, A. (2021). Customer engagement in online social crowdfunding: The influence of storytelling technique on donation performance. *International Journal of Research in Marketing*, 38(2), 492-500. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2020.03.001>
- Sargeant, A., & Woodliffe, L. (2007). Building donor loyalty: The antecedents and role of commitment in the context of charity giving. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 18(2), 47-68. https://doi.org/10.1300/J054v18n02_03
- Sheikhzadeh, M., Taghavifard, M. T., Raeisivanani, I., & Bamdadsoofi, J. (2024). A model for online donation intention for crowdfunding of charities in Iran. *Business Intelligence Management Studies*, 12(4), 1-31. <https://doi.10.22054/ims.2024.77031.2413> [In Persian]
- Stemler, S. E. (2001). An overview of content analysis. *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 7, 1-9. <https://doi.org/10.7275/z6fm-2e34>
- Thukral, E., & Ratten, V. (2021). Sport innovation, entrepreneurship and digital ecosystems. In *Innovation and entrepreneurship in sport management*. Edward Elgar Publishing.
- Vaismoradi, M., & Snelgrove, S. (2019). Theme in qualitative content analysis and thematic analysis. *Forum Qualitative Sozialforschung Forum: Qualitative Social Research*, 20(3). <https://doi.org/10.17169/fqs-20.3.3376>



- Wei, H., & Zhang, Y. (2025). Research on the digital transaction model of the sports industry chain based on blockchain technology. *Scientific Reports*, 15(1), 25131. <https://doi.10.1038/s41598-025-10045-7>
- Wei, X., Zhang, J., Lyulyov, O., & Pimonenko, T. (2023). The role of digital economy in enhancing the sports industry to attain sustainable development. *Sustainability*, 15, 12009. <https://doi.org/10.3390/su151512009>
- Yang, C., Yang, Y., Zhang, Y. (2024). Understanding the impact of artificial intelligence on the justice of charitable giving: The moderating role of trust and regulatory orientation. *Journal of Consumer Behaviour*, 23(5), 2624-2636. <https://doi.org/10.1002/cb.2365>
- Yang, T., Zhu, G., Wu, F. (2024). Participate in philanthropy for idols or society? Fans' social media practices, dual identity, and civic engagement in Chinese online fandom. *Social Media Society*, 10(2), 20563051241261290. <https://doi.org/10.1177/2056305124126129>
- Zamanpour, S., Gholipour, A., Aghazadeh, H., & Allameh, S. M. (2025). A framework for the competencies of search engine optimization specialists in the digital marketing ecosystem of online businesses. *Journal of Business Management*, 17(2), 301-334. <https://doi.10.22059/jibm.2024.366678.4687> [In Persian]

