

پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش

دوره ۱۴، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۱

ص ص: ۱۳۰-۱۱۹

## تحلیل عوامل توسعه اقتصادی فوتبال ایران بر اساس نظریه داده بنیاد

مهران جعفری<sup>۱</sup> - محمدرضا اسماعیل‌زاده قندهاری<sup>۲\*</sup> - حسین فهیم دوفین<sup>۳</sup> - حسین پیمانی‌زاد<sup>۴</sup>  
۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت ورزشی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران ۲ و ۳ و ۴. دانشیار گروه  
مدیریت ورزشی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران  
(تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۶/۰۴، تاریخ تصویب: ۱۴۰۱/۰۳/۱۱)

### چکیده

فوتبال به‌عنوان یک رشته پرطرفدار بین‌المللی به‌سبب دارا بودن حامیان و هواداران زیاد، می‌تواند سهم زیادی در توسعه اقتصادی هر کشوری داشته باشد. از این‌رو هدف از این تحقیق تحلیل عوامل توسعه اقتصادی فوتبال ایران بود. تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر نوع داده‌های جمع‌آوری شده کیفی بود که از روش نظریه داده‌بنیاد با رویکرد اشتراوس و کوربین استفاده شد. جامعه آماری متخصصان امر مدیریت ورزشی صاحب‌نظر در حیطه ورزش فوتبال، تشکیل دادند. نمونه‌گیری تحقیق از نوع گلوله‌برفی بود که داده‌ها پس از ۱۵ مصاحبه عمیق نیمه‌ساختار یافته به اشباع نظری رسید. داده‌ها در سه سطح کدگذاری باز، محوری و انتخابی تجزیه و تحلیل شد. یافته‌های پژوهش، در چهار دسته اصلی توسعه اقتصادی وابسته به سیاستگذاری فوتبال (مدیریتی، محیطی کلان، ساختاری و زیرساخت باشگاه‌ها)، وابسته به باشگاه‌های فوتبال (بازیکنان، هواداران، بازاریابی و تکنولوژیک)، وابسته به ذات فوتبال (کیفیت بازی‌ها و موارد اجرایی بازی‌ها) و موارد مربوط به نرم جهانی (مدیریتی، زیرساختی، درآمد و هزینه و خدمات) به تعداد چهار مقوله و ۱۴ کد محوری و ۲۲۵ کد باز شناسایی شدند. از یافته‌های مذکور استنباط می‌شود که عوامل مربوط به توسعه اقتصادی فوتبال از ریشه فوتبال و در ادامه باشگاه‌های فوتبال در محور اصلی توسعه و با حمایت و پشتیبانی سیاستگذاری داخلی و محیط بیرونی انجام می‌گیرد.

### واژه‌های کلیدی

اقتصاد فوتبال، توسعه، کدگذاری، مدل.

## مقدمه

در میان ارکان صنعت فوتبال، نقش باشگاه‌ها از بقیه مهم‌تر است، زیرا به‌مثابه کارخانه‌های تولیدی و بنگاه‌های اقتصادی آن عمل می‌کند (۱۱). از جمله مصادیق توسعه اقتصادی در فوتبال را که شامل برگزاری رویدادهای بزرگ فوتبالی و شاخص‌های فروش بازیکنان به باشگاه‌های اروپایی است، می‌توان در کشورهای آفریقایی مشاهده و بررسی کرد که سهم چشمگیری از توسعه اقتصادی را شامل می‌شود (۱۲). در گذشته بسیاری از باشگاه‌های فوتبال در جهان توسط مالکان ثروتمند یا سیاستمداران اداره می‌شدند، اما از اوایل دهه ۹۰ میلادی به‌دلیل افزایش هزینه‌ها، به‌ویژه دستمزد بازیکنان و نیاز شدید به منابع مالی جدید، کارشناسان خبره اقتصادی بهترین راه‌حل را پیوستن آنها به بازار بورس معرفی کردند. در انگلستان باشگاه تاتنهام اولین باشگاهی بود که با عرضه سهام خود در بازار بورس در سال ۱۹۸۳ بیش از ۳/۳ میلیون پوند درآمد به‌دست آورد. باشگاه منچستریونایتد نیز در سال ۱۹۹۱ وارد بورس لندن شد و بین سال‌های ۱۹۹۵ تا ۱۹۹۷ شانزده باشگاه دیگر انگلستان نیز به بورس راه یافتند (۱۳). در واقع باشگاه‌های فوتبال در سراسر جهان به شرکت‌های تجاری حرفه‌ای معتبر تبدیل شده‌اند. برای نمونه در سال ۲۰۱۰ گزارش شد که ۲۰ باشگاه مطرح انگلستان در بورس لندن حضور دارند و هزاران نفر طرفدار فوتبال سهامدار این باشگاه‌ها هستند و از طریق دادوستد سهام خود علاوه‌بر کسب سود به باشگاه‌های خود نیز کمک مالی فراوانی می‌کنند. این شکل اداره سبب شده است تا باشگاه‌ها به دو هدف اصلی خود، یعنی موفقیت تجاری و ورزشی دست یابند (۱۴). در حال حاضر تأثیر اقتصادی فوتبال به برگزاری رویدادهای بزرگ بین‌المللی مانند جام جهانی محدود نمی‌شود، بلکه در بسیاری از کشورها، برگزاری لیگ‌های

صنعت ورزش، صنعت بزرگ و در حال رشدی است که سده بیست‌ویکم یکی از پردرآمدترین صنایع محسوب می‌شود و در کشورهایی مختلف تا میلیون‌ها دلار درآمد سالانه ایجاد می‌کند (۱). به‌طوری‌که از نظر جهانی ارزش آن بیش از ۶۰۰ میلیارد دلار تخمین زده شده است (۲) یا درآمد و سوددهی بازاریابی ورزشی آن از نظر گردش مالی حدود ۱۵۲ میلیارد دلار بوده است (۳). ورزش فوتبال با بیش از ۲۴۰ میلیون بازیکن یک میلیون و ۴۰۰ هزار و ۳۰۰ هزار باشگاه در سراسر جهان پرتعدادترین ورزش دنیاست و باشگاه‌های فوتبال بخش اصلی صنعت ورزش محسوب می‌شود (۴).

ورزش فوتبال منابع درآمدی مختلفی دارد و هواداران، فدراسیون، حمایت مالی<sup>۱</sup> و موارد دیگر از باشگاه‌ها و لیگ‌های ورزشی منابع اصلی درآمدی صنعت فوتبال است که باید مدنظر بازاریابان ورزشی قرار گیرد (۵). لامونت<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۱) درآمد حاصل از حمایت مالی را از منابع درآمدی کلیدی در ورزش حرفه‌ای می‌دانند (۶). بر همین اساس اسپانسرها و حامیان مالی در رویدادهای ورزشی معتبر و بزرگ تمایل به سرمایه‌گذاری بیشتری دارند (۷). آرایا و پلیسر<sup>۳</sup> (۲۰۱۳) در پژوهش خود نشان دادند که ورزش‌های متعددی در حال انجام است که پیروزی و موفقیت در این زمینه سبب افزایش تعداد هوادار ورزشی در رویدادهای ورزشی شده است. از این‌رو اقتصاد در فوتبال یکی از موارد مرتبط با همین هواداران ورزشی است، چراکه هرچه تعداد آنها بیشتر باشد، توسعه اقتصادی فوتبال بیشتر خواهد شد (۸). فوتبال در پهنه بین‌المللی همواره به‌عنوان پرتعدادترین ورزش مطرح است (۹) و در بسیاری از کشورها ورزش ملی محسوب می‌شود (۱۰).

نظامی و دولتی به بخش ورزشی کشور را از جمله موانع توسعه صنعت ورزش دانستند (۱۸).

مرادی چالستری و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی به تحلیل موانع اقتصادی و مالی اثرگذار بر عملکرد و توسعه پایدار در صنعت فوتبال ایران پرداختند و اظهار کردند عوامل بیرونی و سازمانی از جمله موانع مهم توسعه پایدار در صنعت فوتبال هستند (۱۹).

محمدی و همکاران (۱۳۹۸) نیز در تحقیقی با عنوان «طراحی مدل کیفی توسعه اقتصادی صنعت ورزش ایران با رویکرد تولید در کلاس جهانی» به بررسی عوامل توسعه اقتصادی صنعت ورزش پرداختند. آنان گزارش دادند بین توسعه اقتصادی صنعت ورزش و عوامل آن (توسعه نهادی، ساختار و مالکیت، توسعه رسانه‌ای، توسعه علمی پژوهشی، توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن، توسعه نیروی انسانی، توسعه امکانات و زیرساخت، توسعه حقوقی و قانونی، توسعه بنگاه‌های صادرات، توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی) با عوامل تولید در کلاس جهانی و عوامل خدمت در کلاس جهانی رابطه علی وجود دارد. (۲۰). همچنین الهی و همکاران (۱۳۸۹) در تحقیقی به بررسی موانع توسعه صنعت باشگاه‌داری حرفه‌ای فوتبال ایران پرداختند و گزارش دادند شرایط اقتصاد کلان کشور، مالکیت دولتی باشگاه‌ها، مشکلات حقوقی و قانونی، مدیریت ضعیف بازاریابی و محدود بودن اندازه بازار صنعت فوتبال از مهم‌ترین موانع توسعه صنعت باشگاه‌داری در ایران به‌شمار می‌رود (۵).

اکبری اصل‌هاسونی و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیقی به تحلیل توسعه کسب‌وکار لیگ برتر فوتبال ایران پرداختند و اظهار کردند با خصوصی‌سازی باشگاه‌ها و حمایت دولت و رسانه‌ها و استفاده از منابع انسانی متخصص می‌توان لیگ برتر فوتبال را در مسیر توسعه و درآمدزایی برای باشگاه‌ها

حرفه‌ای و صنعت باشگاه‌داری سبب رشد و توسعه اقتصادی در سطح کلان شده است؛ برای نمونه در کشورهایی مانند انگلستان و اسپانیا، فوتبال به‌منزله ماشین اقتصادی عمل می‌کند و سالانه میلیون‌ها دلار درآمد دارد و از این طریق، در رشد و توسعه اقتصادی کل کشور نیز نقش مهمی ایفا می‌کند (۱۲، ۱۴). در همین زمینه تحقیقاتی در داخل و خارج کشور انجام گرفته است که در زیر به برخی اشاره می‌شود.

ترکلی و کوبانوغلی (۲۰۱۸) در تحقیقی با عنوان «توسعه مبانی اقتصادی فوتبال (نمونه موردی فدراسیون فوتبال ترکیه)» در دانشگاه آنتالیای ترکیه بر رشد اقتصادی رشته فوتبال ترکیه به‌خصوص لیگ دسته اول تأکید کرده و عواملی مانند سازمان‌ها و نهادهای مرتبط با فوتبال، تجارت فوتبال، رسانه فوتبال، محصولات فوتبال، تکنولوژی فوتبال، بازاریابی فوتبال و تمامی عوامل وابسته به فوتبال را که کالا یا خدماتی را تولید می‌کنند، عوامل مؤثر بر توسعه اقتصادی فوتبال دانسته‌اند (۱۵).

میراگایا و همکاران (۲۰۱۹) نیز در بررسی تعامل بین اثربخشی مالی و عملکرد ورزشی باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال اروپایی عملکرد اقتصادی و توان مالی باشگاه‌های فوتبال را در عملکرد و موفقیت ورزشی آنها حائز اهمیت می‌دانند (۱۶).

گالاریوتیس و همکاران (۲۰۱۸) در ارزیابی عملکرد ورزشی، تجاری و مالی باشگاه‌های فوتبال در فرانسه گزارش دادند عملکرد ورزشی باشگاه‌ها متأثر از عملکرد تجاری و مالی است؛ بدین معنا که توسعه اقتصادی موفقیت ورزشی را به‌بار می‌آورد (۱۷).

رضایی و صالحی‌پور (۱۳۹۷) نیز در تحقیق خود به تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه صنعت ورزش ایران با رویکرد داده‌بنیاد پرداختند و سیاست‌زدگی و ورود افراد بازنشسته

فوتبال ایران است و با هدف تحلیل عوامل توسعه اقتصادی فوتبال ایران بر اساس نظریه داده بنیاد طراحی شده است.

### روش تحقیق

روش اجرای این تحقیق به صورت کیفی و بر اساس راهبرد داده بنیاد است. همچنین پژوهش بر اساس دسته بندی تحقیقات بر مبنای هدف، به صورت بنیادی اکتشافی است که از بین رهیافت‌های مختلف نظریه سازی داده بنیاد، از رهیافت اشتراوس و کوربین بهره گرفته شد که با گذر از سه گام اصلی کدگذاری باز، انتخابی و کدگذاری نظری حاصل می شود. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی خبرگان و استادان مدیریت ورزشی و همچنین متخصصان رشته فوتبال اعم از مسئولان رده بالای فوتبال کشور (شامل معاونان ورزش قهرمانی و معاون ورزش همگانی، مدیران کل ورزش استان‌ها و رؤسای هیأت فوتبال استان‌ها) بودند. ملاک انتخاب این افراد مواردی نظیر داشتن تألیفات کتاب و سوابق تصمیم گیری و اجرایی ورزش فوتبال بود. به منظور نمونه گیری از روش نمونه گیری هدفمند و تکنیک نمونه گیری گلوله برفی استفاده شد؛ بدین صورت که شرکت کنندگان اگر افراد دیگری را می شناختند که در زمینه مورد بررسی دارای تجارب و دیدگاه‌هایی هستند، برای شرکت در تحقیق معرفی می کردند. جمع آوری اطلاعات تا اشباع نظری داده‌ها ادامه یافت و ۱۵ مصاحبه فردی نیمه ساختاریافته انجام گرفت. به عبارتی فرایند انجام مصاحبه‌ها و جمع آوری داده‌ها تا مرحله اشباع نظری مقوله‌ها و به بیان واضح تر تا جایی که امکان دستیابی به داده‌های جدیدتر فراهم نبود، ادامه یافت. مصاحبه‌های عمیق فردی با هر کدام از مشارکت کنندگان بین ۳۰ تا ۶۰ دقیقه طول کشید که پس از هر مصاحبه مطالب تایپ شد و کدگذاری اولیه انجام گرفت. برای بررسی اعتبار و روایی در پژوهش کیفی از مقبولیت، انتقال پذیری و تأیید پذیری

و کشور قرار داد (۱). رضوی و همکاران (۱۳۹۵) نیز در تحقیق خود روی استان یزد سه مانع اصلی موانع توسعه و پیشرفت فوتبال استان یزد را به ترتیب نبود برنامه ریزی راهبردی و عملیاتی مناسب، نبود افراد متخصص در پست‌های مدیریتی فوتبال استان یزد و بی توجهی به استعدادبایی و تیم‌های پایه گزارش دادند (۲۱). گوهری و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیق خود که به طراحی و تدوین راهبردهای توسعه فوتبال کشور با رویکرد سوات پرداختند، یازده راهبرد را به منظور توسعه فوتبال اولویت بندی کردند که در گزارش آنها از جمله می توان به خصوصی سازی باشگاه‌های حرفه‌ای کشور، طراحی نظام مدیریت عملکرد ارکان فدراسیون، طراحی و استقرار منشور اخلاقی و تحکیم نظام بازاریابی اشاره کرد (۲۲). همچنین میرزایی (۲۰۱۵) عوامل اقتصادی-بازاریابی، رسانه، قانونی-حقوقی و تیم‌های ورزشی و تماشاگران را به عنوان عوامل مؤثر بر جذب حامیان مالی شناسایی کرده‌اند (۲۳).

از آنجا که تأمین نیازهای مالی و توسعه اقتصادی صنعت فوتبال از جمله وظایف مهم مسئولان و مدیران ورزشی است. و با عنایت به تحقیقات اشاره شده و با در نظر گرفتن ماهیت متغیر وضعیت اقتصادی فوتبال کشور که متکی به اقتصاد دولتی است و از آنجا که اقتصاد دولتی نیز به ویژه در سال‌های اخیر با مشکلات متعددی مواجه شده است، از این رو لزوم تحقیقات در این زمینه بیش از پیش ضرورت دارد. همان طور که بررسی شد بیشتر تحقیقات انجام گرفته تنها یک وجه از اقتصاد فوتبال مانند بحث بازاریابی، باشگاه‌داری، اسپانسرها و یا موانع موجود را بررسی و یافته‌های ارزشمندی را ارائه داده‌اند و کمتر تحقیقی نگاه و بررسی جامعی را از عوامل مختلفی که ممکن است بر توسعه اقتصادی فوتبال کشور مؤثر باشد، ارائه داده است. بنابراین پژوهش حاضر بر اساس نظریه داده بنیاد در پی شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه اقتصادی

توسط نیمی از افراد مصاحبه‌شونده و همچنین پنج نفر از افرادی که در مصاحبه شرکت نمی‌کردند، استفاده شد. در این پژوهش تمامی موارد مربوط به مقوله‌های مذکور رعایت شد.

مصاحبه به اشباع نظری رسیدند. آمار توصیفی مصاحبه‌شونده‌ها بر اساس زیر است.

جدول ۱. آمار توصیفی مصاحبه‌شونده‌های تحقیق

آمار مصاحبه‌شونده‌ها به تفکیک جنسیت		آمار مصاحبه‌شونده‌ها به تفکیک مدرک تحصیلی		آمار مصاحبه‌شونده‌ها به تفکیک شغل مرتبط	
زن	مرد	دکتری	کارشناسی ارشد	هیأت علمی	مسئول کلان فوتبال
۶	۹	۱۳	۲	۹	۶

بر اساس مراحل تحقیق کیفی اشتراوس و کوربین، از مرحله اول کدگذاری (کدگذاری باز) ۲۲۵ کد استخراج شد و در مرحله دوم (کدگذاری محوری) به ۱۴ مقوله محوری تبدیل شد و در پایان نیز در مرحله کدگذاری گزینشی، چهار کد مقوله استخراج شد.

جدول ۲. یافته‌های کیفی تحقیق بر اساس نظریه داده بنیاد

تعداد ارجاع	کدگذاری باز	کدگذاری محوری	کد گزینشی
۱۱	طراحی راهبرد خصوصی‌سازی فوتبال کشور		
۱۲	وجود اراده قوی اجرای خصوصی‌سازی باشگاه‌ها		
۱۴	انتصاب مدیران فوتبالی قوی در رأس مدیریت باشگاه‌ها	مدیریتی	
۱۴	طراحی نظام باشگاه‌داری حرفه‌ای و وابسته‌های اقتصادی آن		
۱۳	طراحی قوانین اقتصادی و رفع موانع حقوقی و سیاسی با هماهنگی بین نهادی		
۱۰	طراحی نظام هواداری فوتبال کشور جهت برخورداری از حامیان		
۱۲	ایجاد شبکه‌های خصوصی مربوط به پخش بازی‌ها و رفع انحصاری بودن صداوسیما	محیطی کلان	
۱۱	طراحی قوانین سیاسی و حقوقی جهت توسعه فروش امتیازات پخش خارجی	(ارتباط رسانه و هوادار)	
۱۳	ایجاد اعتماد هوادار و باشگاه از طریق رسانه‌های محلی برای جذب حمایت هواداران		
۱۲	اجرای تحقیقات گسترده علمی و پژوهشی راهکارهای توسعه اقتصادی		
۱۲	اختصاص بودجه کلان جهت افزایش سرانه تسهیلات ورزشی به ازای هر نفر		
۱۲	توسعه باشگاه‌های حرفه‌ای کشور با استفاده از مطالعه تطبیقی با کشورهای پیشرفته		
۱۵	هماهنگی قوای سه‌گانه جهت برطرف کردن مشکلات و همچنین توسعه باشگاه‌های فوتبال کشور	ساختاری	
۱۰	انتخاب و انتصاب نیروی انسانی سیاستگذار دارای سابقه فوتبالی در وزارت ورزش و فدراسیون		
۱۴	نظارت بنیادین و اصولی وزارت ورزش بر فدراسیون و همچنین فدراسیون بر امورات باشگاه‌ها		
۱۱	طراحی برنامه و راهبرد مناسب بلندمدت برای حرفه‌ای شدن در هر باشگاه		
۱۴	طراحی و نصب زمین چمن مناسب برای هر باشگاه جهت حرفه‌ای سازی باشگاه	زیرساخت باشگاه‌ها	
۱۰	جذب اسپانسر و حامی مالی برای باشگاه به‌منظور کسب درآمد لازم برای باشگاه		
۱۴	طراحی و نصب و پیگیری سیستم بلیت‌فروشی مناسب برای هر باشگاه		

توسعه اقتصادی فوتبال وابسته به سیاستگذاری کلان

توسعه اقتصادی باشگاه‌ها وابسته به

۱۳	جذب هواداران ورزشی برای باشگاه به منظور افزایش موفقیت و کیفیت سیاست‌های باشگاه	
۱۲	جذب بازیکنان با رویکرد بومی برای هر باشگاه به منظور کاهش هزینه‌های باشگاه	
۱۲	انتخاب بازیکنان با کیفیت با قدرت مرجعیت بالا به منظور جذب هواداران به ورزشگاه	
۱۵	تأسیس دهکده توریستی برای باشگاه با حضور بازیکنان باشگاه در این دهکده	بازیکنان
۱۴	سودآوری به باشگاه از طریق روش‌های مستقیم، سودآوری بازیکنان نظیر فروش بازیکن به باشگاه بزرگ‌تر، فروش پیراهن و محصولات و همچنین حق تصویر و تبلیغ	
۱۵	سودآوری غیرمستقیم بازیکنان محبوب به باشگاه نظیر جذب سرمایه‌گذار و ...	
۱۲	فروش سهام باشگاه‌ها به هواداران از طریق بورس و ...	
۱۱	تأسیس فروشگاه‌های زنجیره‌ای باشگاه در مناطق بومی برای فروش محصولات مختلف	هواداران
۱۲	فروش محصولات باشگاه نظیر پیراهن و ... به هواداران	
۱۵	راه‌اندازی مدارس و آموزشگاه‌های فوتبال زیرمجموعه باشگاه	
۱۵	فروش بلیت به هواداران	
۱۳	عضویت هواداران به باشگاه‌ها حتی با حق عضویت پایین	
۱۰	برگزاری مسابقات مختلف برای هواداران به نوعی که اکثریت برنده شوند	
۱۱	استفاده از روش‌های تبلیغ رایگان برای مطرح کردن باشگاه	بازاریابی
۱۲	گفتگو با کارفرماهای ملی جهت افزایش اجرای طرح‌های کسب و کار	
۱۲	مطرح کردن باشگاه از طریق برنامه‌های مربوط به باشگاه نظیر دیوار افتخار	
۱۱	طراحی و نصب سیستم بلیت‌فروشی مناسب و کم‌هزینه	
۱۵	ایجاد حق اینترنتی باشگاه با تأسیس کانال‌های مجازی اینترنتی	
۱۴	برند سازی و فروش مجازی محصولات باشگاه از طریق حق برند	تکنولوژیک
۱۲	توسعه هوشمندی و هوشمندسازی در باشگاه همانند باشگاه‌های حرفه‌ای دنیا	
۱۲	طراحی زیرساخت‌های شبکه تلویزیونی باشگاه در صورت تجاری‌سازی	
۱۱	افزایش کیفیت برنامه‌های ورزشی مرتبط با پخش مسابقات	
۱۵	افزایش کیفیت فرایندهای مدیریتی و اجرایی مسابقات	کیفیت بازی‌ها
۱۱	افزایش کیفیت تصویربرداری و پخش مسابقات	
۱۲	تغییر در رویدادهای تجاری مرتبط با کیفیت مسابقات فوتبال	
۱۰	کیفیت بالای بازی‌ها و نتایج مثبت تیم‌های ورزشی برای هواداران	
۱۲	استفاده از تیم داوری مناسب برای مسابقات	موارد اجرایی بازی‌ها
۱۲	نظم و انضباط در اجرای مسابقات فوتبال	
۱۴	اسپانسرینگ مسابقات و تیم‌های ورزشی	
۱۱	کیفیت بازیکنان و کادر فنی تیم‌های ورزشی	
۱۲	سطح و شدت مسابقات لیگ و رقابت نزدیک تیم‌های ورزشی به خصوص صدر جدول	
۱۳	توسعه باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال در بعد کمیت و کیفیت هواداران نظیر جنسیت	
۱۴	رشد خصوصی باشگاه‌های فوتبال و رفع موانع مربوط به آن	
۱۴	افزایش نهادهای حمایتی از فوتبال	مدیریتی
۱۴	استقرار مدیران ورزشی جهت توسعه اقتصادی باشگاه‌ها	
۱۲	ایجاد سواد رسانه‌ای به منظور پیشبرد اهداف بین‌المللی اقتصادی باشگاه‌ها	
۱۳	در نظر گرفتن شاخص‌های اقتصادی فوتبال برای باشگاه‌ها	
۱۴	توسعه علمی پژوهشی باشگاه‌های فوتبال بر اساس رشد اقتصادی روز دنیا	زیرساختی
۱۵	ایجاد سازوکارهای بین‌المللی به منظور برقرار کردن حق پخش تلویزیونی	
۱۲	تدوین دستورالعمل‌های مالی قوی اجرایی برای باشگاه‌های ورزشی	
۱۰	در نظر گرفتن یارانه به منظور حمایت اسپانسرهای ورزشی باشگاه‌ها	
۱۲	افزایش سرانه فدراسیون و همچنین باشگاه‌های فوتبال	
۱۳	توسعه کانون هواداران و افزایش کیفیت خدمات‌رسانی ورزشی به هواداران	درآمد و هزینه
۱۵	افزایش کیفیت و کمیت محصولات ورزشی برای باشگاه‌های فوتبال	

توسعه اقتصادی وابسته به ذات فوتبال

توسعه اقتصادی فوتبال با تطبیق با نورم جهانی

۹	در نظر گرفتن کانال‌های مالی خرید و فروش کالای ورزش فوتبال	
۱۲	در نظر گرفتن تمامی طیف‌های در ارائه محصولات ورزشی	
۱۱	ارائه اطلاعات و پایگاه اطلاعاتی قوی برای خرید هواداران	
۱۲	ارائه خدمات پس از فروش مطمئن به خریداران باشگاه‌های ورزشی	
۱۰	استفاده از روش‌های بروز برای خدمات ورزشی	خدمات
۹	ارائه ضمانت جهت محصولات ورزشی باشگاه‌ها	
۹	پیگیری سفارش هواداران یا خریداران ورزشی باشگاه از طریق باشگاه	

برون‌سازمانی و ورود مدیران غیرورزشی در صنعت فوتبال به‌عنوان مانعی مهم در توسعه صنعت فوتبال تأکید شده است.

وجود نظام و راهبردهای کلان در این زمینه و مباحث مربوط به انتصابات فوتبال و همچنین موارد زمینه‌ای نظیر طراحی قوانین اقتصادی از جمله ملزومات مدیریتی بوده است که باید برای توسعه اقتصادی فوتبال وجود داشته باشد. در کنار جنبه سخت‌افزاری مدیریت استادیوم‌ها و اماکن ورزشی صنعت فوتبال، جنبه نرم‌افزاری آن یعنی مدیریت مناسب فرایند برگزاری مسابقات فوتبال مطرح می‌شود که آن نیز در صورت اجرای مناسب به افزایش تقاضا، رضایت‌مندی و تکرار رفتار مصرف‌مشتريان منجر خواهد شد.

عوامل محیطی کلان از جمله مواردی است که همواره مورد توجه بوده است. عوامل محیطی شامل عوامل پشتیبانی نظیر نظام هواداری است. منظور از نظام هواداری ارتباط خوب و مناسب و اعتمادسازی برای هواداران است، همچنین ارتباط رسانه‌ای قوی و پوشش حرفه‌ای و درآمدزایی از این طریق از عوامل اصلی توسعه اقتصادی فوتبال در جوامع پیشرفته نام برده شده است (۲۴). به طور مثال نبود این عوامل موجب شد تا میزبانی مسابقات بین‌المللی به کشور ما نرسد. میزبانی رویدادهای عظیم بین‌المللی می‌تواند تأثیرات بسزایی را در زمینه امکانات و فضاهای ورزشی از خود به‌جا بگذارد. ایجاد و بازسازی استادیوم‌های فوتبال به‌دلیل برگزاری مسابقات بین‌المللی

بر اساس جدول ۲، کدگذاری انجام گرفته است، در بالای جدول سه نوع کد در سه مرحله نظریه داده‌بنیاد نگاشته شده که در بین ۱۵ مصاحبه شونده به کدهای باز تعداد ارجاع‌ها داده شده است. بر این اساس شاید ذکر دسته‌بندی کدهای باز شناسایی شده که نزدیک ۲۲۵ کد بوده است، در این جدول طولانی بوده است که تنها تعداد ارجاع ذکر شد.

### بحث و نتیجه‌گیری

هدف از این تحقیق تحلیل عوامل توسعه اقتصادی فوتبال ایران بر اساس نظریه داده‌بنیاد بود. نتایج برگرفته از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته و تجزیه و تحلیل در سه سطح کدگذاری باز، محوری و انتخابی نشان داد عوامل مؤثر بر توسعه اقتصادی فوتبال ایران شامل عوامل توسعه اقتصادی وابسته به سیاستگذاری فوتبال (مدیریتی، محیطی کلان، ساختاری، زیرساخت باشگاه‌ها)، عوامل وابسته به باشگاه‌های فوتبال (بازیکنان، هواداران، بازاریابی و تکنولوژیک)، عوامل وابسته به ذات فوتبال (کیفیت بازی‌ها و موارد اجرایی بازی‌ها) و عوامل مربوط به نورم جهانی (مدیریتی، زیرساختی، درآمد و هزینه و خدمات) است.

اولین عامل مؤثر در توسعه اقتصادی فوتبال عوامل وابسته به سیاستگذاری‌های فوتبال بود. همسو با این یافته می‌توان به نتایج تحقیق رضایی و صالحی‌پور (۱۳۹۷) و مرادی چالشتری و همکاران (۱۳۹۷) اشاره کرد (۱۹، ۱۸). در تحقیقات مذکور به نقش سیاستگذاری‌ها و عوامل

سبب خواهد شد تا صنعت فوتبال بتواند در سال‌های متمادی آتی از این امکانات بهره کافی را ببرد. بررسی تاریخ نشان می‌دهد که از بازی‌های آسیایی ۱۹۷۴ تهران به بعد هیچ‌گونه رویداد بین‌المللی بزرگی در کشور انجام نگرفته است. میزبانی بازی‌های آسیایی تهران الزاماتی را در زمینه ایجاد فضاهای ورزشی برای کشور ایجاد کرد که احداث مجموعه ورزشی آزادی تهران از مهم‌ترین آنهاست.

مباحث ساختاری نیز از جمله عوامل اصلی توسعه فوتبال در ایران است که در این تحقیق اشاره شد. ساختار فوتبال به همه مواردی را که شکل‌دهنده و تسهیل‌کننده موارد و شاخه‌های توسعه فوتبال کشور است، در برمی‌گیرد و از مهم‌ترین مواردی که تعداد ارجاع نزدیک به ۱۰۰ درصد در متخصصان داشت، هماهنگی سه قوه است. این نتیجه با نتایج تحقیق محمدی و همکاران (۱۳۹۸) همسوست (۲۰). اصول نظارتی قوی در فدراسیون فوتبال یا هیأت‌های فوتبال و همچنین در نظر گرفتن بودجه مناسب برای توسعه فوتبال و ساختار اصولی نهادهای مرتبط و طراحی قوانین بین‌سازمانی را می‌توان از نظرهای متخصصان نام برد که با تحقیقات ترکیلی و کوبان اوغلو (۲۰۱۸) همسوست (۱۵). در واقع اصلاح ساختار نیازمند اصلاح قوانین پیرامون موضوع باشگاه‌داری حرفه‌ای در قانون تجارت کشور است. از سوی دیگر از آنجا که دستورالعمل خاصی برای چگونگی ثبت باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال در کشور وجود نداشته است، بنابراین این باشگاه‌ها تابع ضابطه واحدی برای تعیین نوع مؤسسه خود نبوده‌اند. همین موضوع و مغایرت‌هایی در اساسنامه باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال سبب شده است که امکان ارائه نظر قاطع در مورد وضعیت حقوقی باشگاه‌ها میسر نباشد.

شاید بتوان گفت یکی از مسائل اصلی عدم توسعه فوتبال در ایران، نبود امکانات اصلی نظیر ورزشگاه‌ها و سیستم‌های درون باشگاه‌ها و سیستم‌های بلیت‌فروشی

است که می‌تواند هر هواداری را برای استفاده از باشگاه، متمایل کند. تحقیق داخلی انجام‌گرفته روی ۱۷ استادیوم محل برگزاری مسابقات لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران نشان داد که آنها به‌هیچ‌وجه معیارهای اصلی یک استادیوم استاندارد را ندارند. در واقع بیان شده است که بیش از ۷۰ درصد استادیوم‌های فوتبال کشور تنها ۲۰ درصد از حداقل استانداردهای لازم را داشته‌اند (خبرگزاری ایسنا، ۱۳۸۷، کد خبر: ۸۷۰۲-۰۹۰۸۳). به‌طور کلی وضعیت استادیوم‌های ورزشی در ایران مناسب نیست، به‌طور مثال پروژه ساخت ورزشگاه ۵ مهر آبادان از سال ۱۳۵۲ آغاز شده و با گذشت بیش از چهل سال و صرف ده‌ها میلیارد تومان هزینه، تا سال ۱۳۹۶ به بهره‌برداری نرسیده است (باشگاه خبرنگاران جوان، ۱۳۹۶).

یکی دیگر از مقوله‌های اصلی به‌دست‌آمده از نظرهای متخصصان، استفاده از بازیکنان خوب و مناسب با رویکردهای بومی و باکیفیت و فروش بازیکنان است که به‌صورت مستقیم است. همچنین سودآوری غیرمستقیم نظیر رویکردهای جذب سرمایه‌گذار را می‌توان از موارد مهم توسعه فوتبال نام برد که با نتایج تحقیقات میرزایی (۲۰۱۵) همسوست (۲۳). عدم تعادل رقابتی بهینه در لیگ حرفه‌ای فوتبال کشور مانع دیگری پیش روی توسعه هواداران و درآمدهای حاصل از آن در صنعت فوتبال کشور است. وضعیت موجود مسابقات لیگ حرفه‌ای حاکی از دوقطبی بودن فوتبال کشور و توجه بیش‌ازحد مدیریت ورزش و فوتبال ایران به دو باشگاه بزرگ پایتخت است. این موضوع سبب شده است تا بسیاری از منابع در اختیار و حتی سهم عمده‌ای از زمان مدیران سازمان تربیت بدنی و سایر نهادهای ذی‌ربط به این دو باشگاه اختصاص یابد.

هواداران و بازاریابی از طریق هواداران، دو مقوله دیگری است که در نتایج این تحقیق به‌دست آمده و با نتایج تحقیق ژانگ و همکاران (۲۰۱۸) همسوست (۱۰). فروش سهام



همسوست (۲۰). برای مثال همان‌طور که در این تحقیقات اشاره شده بود، عدم امکان حضور بانوان در استادیوم‌های فوتبال سبب شده است تا بخش عظیمی از هواداران بالقوه و با قابلیت هزینه‌کرد در صنعت فوتبال از نظر دور نگاه داشته شوند. این موضوع از نظر اقتصادی نقطه‌ضعفی برای صنعت فوتبال محسوب می‌شود. به دلیل عدم امکان حضور بانوان در ورزشگاه‌های کشور امکان اخذ مجوز بسیاری از مسابقات بین‌المللی فوتبال نیز در کشور وجود ندارد، بنابراین مانع ایجاد سودهای اقتصادی موضوع میزبانی مسابقات نیز شده است. هرچند موضوع حضور بانوان در استادیوم‌های فوتبال به صورت مقطعی توسط برخی مسئولان ورزش کشور مطرح شده، و لیکن هیچ‌گاه این موضوع به صورت جدی پیگیری نشده است. در بعد بین‌المللی نیز توسعه قوانین مالی، حمایتی (یارانه)، در نظر گرفتن شاخص‌های اقتصادی و در کد محوری درآمد و هزینه نیز متخصصان به مواردی نظیر توسعه کانون‌های هواداری و فروش خدمات و محصولات ورزشی، طیف‌های گسترده مالی و درآمدزایی از هر یک و همچنین گسترش کانال‌های مالی چندگانه برای فروش محصولات اشاره کرده‌اند که در تحقیقات به چند مورد از این آیتم‌ها اشاره شده بود. در نهایت در آخرین کد به دست آمده، انواع خدماتی را که موجب تمایل هواداران به باشگاه‌ها می‌شود، می‌توان نام برد. ارائه ضمانت‌هایی برای محصولات ورزشی، خدمات به‌روز ورزشی، ارائه اطلاعات قوی فروش یا خرید محصولات نیز در این زمره واقع شده است که شاید از جمله تفاوت‌های مهم با فوتبال ایران در این کد باشد. با ورود فناوری پیشرفته توسط بنگاه‌های خصوصی با حمایت لجستیکی و مالی دولت و همچنین حمایت از سرمایه‌گذاری مشترک بنگاه‌های داخلی و خارجی که با ورود فناوری خارجی و مدیریت مدرن همراه است، سرمایه‌گذاری در باشگاه‌های ورزشی در کشورهای توسعه‌یافته و پشتیبانی

باشگاه به هواداران، تأسیس فروشگاه برای هواداران، فروش محصولات ورزشی خاص باشگاه و فروش بلیت در این زمره است که بر اساس معیارهای مناسب بازاریابی مانند طرح‌های کسب‌وکار، برنامه‌های تلویزیونی و برگزاری مسابقات و مواردی این‌چنینی را می‌توان نام برد. موارد تکنولوژیک نظیر توسعه هوشمندی در باشگاه، برند و برندسازی سیستمی، طراحی زیرساخت‌های شبکه تلویزیونی، توسعه حق اینترنتی و کانال‌های مجازی برای توسعه بازاریابی را می‌توان از جمله راهکارهای توسعه فوتبال در باشگاه‌ها دانست.

در کد محوری به دست آمده دیگر از کدهای باز، کیفیت بازی‌ها و موارد اجرایی بازی‌ها اشاره به جزئیاتی است که فقط مربوط به ذات فوتبال است و به نوعی بیشتر در رشته فوتبال، وجود دارد. این مورد همسو با برخی یافته‌های مطالعه ابوری (۲۰۱۳) و ترکی و اوبای (۲۰۱۸) است (۲۵،۱۵). افزایش کیفیت مشاهده مسابقات از طریق هواداران حال اینکه حضوری یا از رسانه باشد، موجب توسعه اقتصادی فوتبال می‌شود. همه این موارد به نوعی سبب انتخاب رشته فوتبال در بین مردم و تمایل به حضور و سرمایه‌گذاری در آن می‌شود. این موارد و کدها از کد گزینشی ذات فوتبال برآمده است.

در کد گزینشی آخر، موارد بین‌المللی فوتبال که در توسعه آن نقش داشته‌اند و به نوعی می‌توان با نرم جهانی تطبیق داد، به دست آمده است. کدهای بازی که به خصوصی شدن باشگاه‌ها، رشد باشگاه‌های حرفه‌ای در تعداد و کیفیت و جنسیت و دارا بودن عدالت، افزایش نهادهای حمایتی و همچنین حمایت‌های مالی و اقتصادی و اسپانسرینگ و ایجاد سواد رسانه‌ای قوی برای به نمایش کشیدن فوتبال جذاب اشاره دارد، از جمله مواردی است که در ابعاد مدیریتی نرم جهانی می‌توان مشاهده کرد و این نتیجه با نتایج تحقیق محمدی و همکاران (۱۳۹۸)

به‌عنوان سهامدار عمده از سرمایه‌گذاری این بنگاه‌ها در فوتبال کشور ممکن خواهد شد.

بر اساس کدهای به‌دست‌آمده می‌توان به این نکته پی برد که شرایط فوتبال کشور در چهار مقوله‌گزینه‌شی، تفاوت زیادی با محیط بین‌المللی در توسعه اقتصاد فوتبال دارد. بر اساس مطالب بیان‌شده و کدهای در نظر گرفته‌شده، نتایج پژوهش حاضر مشخص‌کننده آیتم‌های زمینه‌ای توسعه اقتصاد در رشته فوتبال بوده است؛ بنابراین زمینه‌هایی که اقتصاد را فراهم می‌کند، می‌تواند به توسعه باشگاه‌های فوتبال کمک کند و آینده روشنی برای شرکت‌های حامی این باشگاه‌ها داشته باشد. رشد و توسعه بازار هدف از اولویت‌های اول و زمینه‌ای حمایت از باشگاه‌های ورزشی است که بسیاری از شرکت‌ها در پی آن هستند و از نتایجی که از حمایت به‌دست می‌آورند، اغلب به‌دنبال سود بیشتری، البته گاهی شرکت‌هایی که از باشگاه‌های فوتبال حمایت می‌کنند، از تأثیرات مثبت حمایت‌های معنوی هم بهره‌مند می‌شوند که این موضوع به ثمربخشی و رشد آنان کمک می‌کند. با توجه به موارد مذکور و کدهای به‌دست‌آمده، می‌توان مسیر روشنی پیدا کرد که از این نتایج روشن امتیاز «برد برد» برای فوتبال و هم برای شرکت‌هاست؛ بنابراین فراهم کردن زمینه‌هایی که این انگیزه‌ها را فراهم می‌کند، می‌تواند به توسعه باشگاه‌های فوتبال و رشته فوتبال کمک کند و آینده خوبی نیز فوتبال داشته باشد. در نهایت بر اساس یافته‌های تحقیق، اجرای بستری کارآمد و مبتنی بر الگوها و نظریه‌های مدرن اقتصادی برای شفافیت فعالیت اقتصادی تیم‌های فوتبال و توسعه ارتباط حامیان با فوتبال، از طریق بررسی وضعیت باشگاه‌هایی که حمایت مالی شده‌اند، پیشنهاد می‌شود.

## References

1. Akbari asl hasouni K, Badri Azarin Y, Khodadadi M R. The Developmental Analysis of The Business of The Iranian Soccer Premier League. 3. 2020; 8 (28) :147-158. (in persian).
2. Afshari Pour, N., Hakak Zadeh, M., Razaghi, M. An Entrepreneurial Capacity Model in Iran's Sports Industry with a Combination of Design Approaches. *Strategic Studies on Youth ans Sports*, 2021; 20(53): 193-212. doi: 10.22034/ssys.2021.463
3. Kruszyńska E, Poczta J. Hierarchy of Factors Affecting the Condition and Development of Sports and Recreation Infrastructure—Impact on the Recreational Activity and Health of the Residents of a City (Poznan Case Study). *International journal of environmental research and public health*. 2019 Jan;16(4):556.
4. Seifpanahi Shabani J, Khosromanesh R, Brakhas H. Designing a model factors affecting on the sport Performance and success of football clubs. 3. 2022; 9 (35) :161-177
5. Elahi A, Sajjadi N, Khabiri, M, Abrishami H, 2009, Barriers to the Development of Income Attraction from Financial Support in the Football Industry of the Islamic Republic of Iran. *Sport Management Studies*, 2009,28:89-202. (Persian)
6. Lamont M, Hing N, Gainsbury S. Gambling on sport sponsorship: A conceptual framework for research and regulatory review. *Sport Management Review*. 2011 Aug 1;14(3):246-57.
7. Benar, N., Ramezaninegad, R., khabiri, M., kazemnegad, A., Malekakhlagh, E. The Survey of Sport Sponsorship Objectives in Iran Super Leagues. *Journal of Sport Management*, 2012; 4(14): 161-176. doi: 10.22059/jsm.2012.28910. (in persian)
8. Arraya M, Pellissier R, 2013, Productivity measurement in a sports organization,17(1):98-127.
9. Guzmán I, Morrow S, 2007, Measuring efficiency and productivity in professional football teams: evidence from the English Premier League. Springer-Verlag.
10. Zhang J. J, Brandon Mastromartino E. K, Qian T, Y. Nauright J, 2018, "The sport industry in growing economies: critical issues and challenges", *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 19 (2), 110-126.
11. Afshari M, Fattah Pourmorandi M, Mir Safaian H, Mohammad Hassan F, 2018, Financial support: An approach to attracting capital for projects in West Azerbaijan Province, *Sports Management Studies*, 10, (47): 67-84. (Persian)
12. Swinnen J, Vandemoortele T. Sports and development: an economic perspective on the impact of the 2010 World Cup in South Africa. *ICSSPE Bulletin*. 2008 Mar;53:1-6.
13. Morrow S, 2004, The Financial Crisis in Scottish Football. *Scottish Affaires*, 47: 48-57.
14. Hamil, S. Walters, G. 2010. Financial performance in English professional football: an inconvenient truth, *Soccer & Society*, 11(4):354-372.
15. Terekli S, Çobanoğlu HO. Developing economic values in football: Example of Turkish Football Federation. *Open Access Library Journal*. 2018 Feb 8;5(2):1-4.
16. Miragaia D, Ferreira J, Carvalho A, Ratten V. Interactions between financial efficiency and sports performance: Data for a sustainable entrepreneurial approach of European professional football clubs. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*. 2019 Jul 19.

17. Galariotis E, Germain C, Zopounidis C. A combined methodology for the concurrent evaluation of the business, financial and sports performance of football clubs: the case of France. *Annals of Operations Research*. 2018 Jul;266(1):589-612.
18. Rezaei, Shamseddin, Salehipour, Mojgan. Analysis of Effective Factors in Development of Iran Sport Industry using Grounded Theory Approach. *Journal of Human Resource Management in Sport*. 2019 / Vol. 6 / No. 1 / Pages 89-107.
19. Moradi, J., Nazari, R., Moradi, M. Analysis of effective economic and financial barriers on development and sustainable performance of Iranian football industry based on Grounded Theory. *Sport Management and Development*, 2019; 8(3): 154-166. doi: 10.22124/jsmd.2019.3799
20. Mohammadi, F., Kalateh Seifari, M., razavi, M., Farsijani, M. Designing Qualitative Model for Economic Development of Iran's Sports Industry with World-Class Manufacturing Approach. *Applied Research in Sport Management*, 2019; 8(1): 69-84. doi: 10.30473/arsm.2019.5846. (in persian).
21. Razavi, S., Ghareman Tabrizi, K., Fallah, H. Identification and Prioritization of Barriers to the Development of Football in Yazd Province According to Multi-Criteria Decision-Making Models. *Sport Management Studies*, 2016; 8(39): 123-138. doi: 10.22089/smrj.2016.856
22. Gohari, Z., Hamidi, M., Amirhosseini, E. The Design and Formulation of strategies for the Improvement of Football in the Country. *Majlis and Rahbord*, 2020; 27(104): 291-321. doi: 10.22034/mr.2020.432
23. Mirzaei I, 2015, Analysis of the Factors Attracting Sponsors in the Professional Sports of Fars Province, in Iran, *International Journal of Sport Studies*.5(2):206-213.
24. Park SH, Mahony DF, Kim Y, Do Kim Y. Curiosity generating advertisements and their impact on sport consumer behavior. *Sport Management Review*. 2015 Aug 1;18(3):359-69.
25. Abawari YA. Investigating Factors that Affect the Development of Football in South Nation Nationalities and Peoples Region: With Particular Reference to Kaffa Zone (Doctoral dissertation, Addis Ababa University).2013.

## Analysis of economic development factors of Iranian football based on Grounded theory

Mehran Jafari<sup>1</sup>- Mohammadreza Esmailzade Ghandhari\*<sup>2</sup> -

Hassan Fahim Davin<sup>3</sup> - Hossein Peymani Zad<sup>4</sup>

1. PhD student, Department of Physical Education, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran 2,3,4. Associate Professor, Department of Physical Education, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran

(Received:2021/09/26;Accepted:2022/06/01)

### Abstract

Football, as a popular international sport, has a large share in the development of each country's economy due to its large number of supporters and fans. Therefore, in order to develop any country in the world today, this field must be developed in the country and this research has been done with the aim of designing the economic development model of Iranian football. The present research was applied in terms of purpose and qualitative in terms of type of data used. The statistical population of the research included all sports management experts who have been experts in the field of sports, especially football. The research sampling method was holistic, which had reached theoretical saturation after 15 deep semi-structural interviews. According to the research findings, four main categories of economic development related to football policy (Managerial, macro environment, structural, club infrastructure), Affiliated with football clubs (players, fans, marketing, technology), dependent on the nature of football (game quality, game execution cases) and Items related to the global norm (management, infrastructure, revenue and expenditure and services) were identified in 4 categories, 14 core codes and 225 open codes. It can be deduced from the above findings that the factors related to the economic development of football from the roots of football and then football clubs in the main axis of development and with the support of domestic and external policy.

### Keywords

Coding, development, football economics, modeling.

---

\* Corresponding Author:Email: reza\_ismaeelzadeh@yahoo.com, Tel:+989153062310

