

پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش

دوره ۱۵، شماره ۳، پاییز ۱۴۰۲

ص ص: ۵۶ - ۳۵

شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر سرمایه‌گذاری در صنعت ورزش ایران

علیرضا مهدوی خانقاه^۱ - محمدحسین رضوی^{۲*} - سعید امیرنژاد^۳

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه شمال، آمل، ایران. ۲. استاد گروه

مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران. ۳. استادیار دانشگاه هنر، تهران، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۵/۰۶/۱۴۰۱، تاریخ تصویب: ۱۴/۱۰/۱۴۰۱)

چکیده

اهمیت ورزش برای اقتصاد هر روز بیشتر می‌شود به طوری که ورزش به یکی از پردرآمدترین حوزه‌های اقتصادی تبدیل شده است. با توجه به اهمیت موضوع به ارزیابی عوامل توسعه سرمایه‌گذاری در ورزش بر استفاده مدل تاپسیس پرداخته شد. این پژوهش شامل دو بخش می‌باشد، در مرحله اول پژوهش، از روش نظریه زمینه‌ای جهت تبیین پدیده سرمایه‌گذاری در ورزش استفاده شد پس از انجام ۱۸ مصاحبه کیفی ابعاد سرمایه‌گذاری ورزش شامل ۵ محور، ۱۴ مقوله و ۶۵ مفهوم در قالب ابعاد الگو پارادایمی بدست آمد. در بخش دوم پژوهش و در راستای ارزیابی وضعیت سرمایه‌گذاری در ورزش جمهوری اسلامی ایران، از روش تاپسیس استفاده شد، بدین منظور پس از تهیه ابزار پژوهش و تایید روایی آن توسط ۵ نفر از اساتید در بین ۱۸ نفر از جامعه پژوهش توزیع و جمع‌آوری شد. نتایج تپسیس این بخش که منتج از نظر خبرگان حوزه اقتصاد ورزشی بود نشان داد توسعه جامعه شناسی ورزش (Ci، ۰/۸۱) یکی از مهمترین دلایل توسعه سرمایه‌گذاری در ورزش است و زیر ساخت‌های سیاسی برای توسعه سرمایه‌گذاری در ورزش (Ci، ۰/۲۶) در وضعیت بحرانی قرار دارد و توسعه منابع انسانی (Ci، ۰/۶۵) مهمترین راهبرد از نگاه صاحب‌نظران بود. لذا می‌توان نتیجه گرفت که شورای اقتصاد و خصوصی سازی در ورزش کشور با حضور مدیران کلیدی ورزشی و اقتصادی مسئولین ذیربط تشکیل و جایگاه ورزش در توسعه اقتصاد کشور در برنامه‌های دولت تعیین و دستگاه متولی با توجه به عوامل شناسایی و در راستای ارتقای ظرفیت‌ها برای بهبود نقاط بحرانی بر نامه بلند مدت تدوین گردد.

واژه‌های کلیدی

جامعه‌شناسی ورزشی، سرمایه‌گذاری، زیرساخت‌های سیاسی، پتانسیل ورزش، اقتصاد ورزشی.

مقدمه

میزان اشتغال مستقیم و غیرمستقیم نیز افزایش می‌یابد و در کنار آن امکان جذب درآمد از طریق برگزاری رویدادهای بین‌المللی و جذب گردشگران بیشتر می‌شود و سطح سلامت و بهداشت روانی و جسمانی جامعه نیز ارتقا می‌یابد (۸-۹). چندین سال است که اقتصاد ایران به دلایل متعددی دچار مشکل شده است یکی از بخشهایی که می‌تواند به اقتصاد کشوری مانند ایران کمک کند، ورزش است. ورزش ایران به صنعت تبدیل نشده و به سمت اقتصادی شدن و اشتغال‌پیش‌نرفته است زیرا مسئولان سیاسی کشور و مجریان کشور اعتقادی به این بخش از اقتصاد (ورزش) ندارند و جامعه بزرگ ایران را از چنین منابع درآمدی و فرصت‌های بی‌شمار ایجاد شغل محروم کرده‌اند. توجه به صنعت ورزش می‌تواند باعث رشد شاخص‌های اقتصادی شود بطوریکه ورزش و بخش‌های مرتبط با آن به عنوان یک بخش اقتصادی، از تولید و مصرف کالاها و خدمات ورزشی گرفته تا نقش آن در پیشگیری و درمان بیماری‌ها غیر واگیر و کاهش هزینه‌های درمان، بر توسعه اقتصادی کشور تأثیر اساسی دارد و با تغییرات فراوان و خلاقیت و نوآوری که در صنعت ورزش و فعالیت‌های ورزشی به وجود آمده است و با برنامه‌ریزی و جذب سرمایه در بلندمدت می‌تواند با استفاده از صنعت ورزش تأثیرات مثبت زیادی در اقتصاد کشور ایجاد کرد به طوریکه با تحلیل و مقایسه وضعیت اقتصادی کشورهای پیشرفته و بررسی جزئیات رشد اقتصادی در این کشورها روشن می‌شود که در صنعت ورزش این کشورها سرمایه‌گذاری‌های زیادی صورت گرفته و در نتیجه آنها از مزیت‌های فراوان اقتصادی و تولید اشتغال حاصل از صنعت ورزش برخوردار شده‌اند (۱۰). حال برای محقق کردن این مهم در کشور به سمت تربیت

یکی از مهمترین شاخصه‌های توسعه و پیشرفت واقعی کشورها، ورزش^۱ است. موفقیت در عرصه ورزش، توجه مدیران و دست‌اندرکاران ورزش را بیش از پیش به خود جلب کرده است (۱). امروزه ورزش به یک صنعت بزرگ و در حال رشد تبدیل شده است که سرمایه‌گذاری^۲ شرکت‌ها در زمینه ورزش و ارتباط آنها با باشگاه‌های ورزشی موجب رشد بیشتر صنعت ورزش^۳ شده‌اند (۲). اهمیت ورزش برای اقتصاد^۴ هر روز بیشتر می‌شود به طوری که ورزش به یکی از پردرآمدترین حوزه‌های اقتصادی تبدیل شده است (۳). ورزش مهمترین شاخصه‌های توسعه^۵ و پیشرفت^۶ واقعی کشورها، محسوب می‌شود (۴)، چرا که ورزش به عنوان یکی از عوامل تأمین‌کننده سلامت جسمانی و روانی افراد جامعه محسوب می‌شود (۵). ورزش و تفریحات سالم در کشورهای توسعه یافته به منزله صنعتی مهم و عاملی اثرگذار در رشد اقتصادی ملی در مرکز توجه است و یکی از درآمدزاترین صنایع قرن ۲۱ به شمار می‌رود (۶). به طوریکه کریستینا گوف^۷ در سال ۲۰۲۱ (۷) بیان نمود که ارزش بازار جهانی اسپانسرهای ورزشی در سال ۲۰۲۰ حدود ۵۷ میلیارد دلار آمریکا بود و انتظار می‌رود تا سال ۲۰۲۷ به ۹۰ میلیارد دلار آمریکا افزایش یابد اثرات مستقیم و غیرمستقیم ورزش می‌تواند به مواردی همچون مشارکت در ورزش، تأثیر بر هزینه خانوار، صادرات و واردات، اشتغال، جذب گردشگر و حامیان مالی، ایجاد اماکن و تسهیلات^۸ پوشش رسانه‌ای، ارتقای سلامت^۹ و کاهش هزینه‌های درمانی اشاره کرد، همچنین سرمایه‌گذاری ورزشی نیز از جمله اثرات مهم مستقیم اقتصادی صنعت ورزش به شمار می‌آید. به دنبال سرمایه‌گذاری در ورزش

6 . Progress

7 . Christina Go

8 . Places and Facilities

9 . Media Coverage

10. Health Promotion

1 . Sport

2 . Investment

3 . Sport Industry

4 . Economy

5 . Development

کمبود امکانات ورزشی در کشور ما واقعیتی انکارناپذیر است. تعداد تأسیسات ورزشی^۳ ایمن، با کیفیت و براساس استانداردها برای برگزاری مسابقات و رویدادهای ورزشی بین‌المللی به عدد انگشتان یک دست نمی‌رسد، هیچ‌یک از باشگاه‌های بزرگ ورزشی کشور ما عمری بیش از پنجاه سال ندارند و با وجودی که در طول این مدت از راه فروش بلیط مسابقات پرتماشگر، فروش بازیکن و تبلیغات درآمد کسب کرده‌اند، زمین ورزشی و استادیوم اختصاصی ندارند، در حالی که در بسیاری از کشورها باشگاه‌های ورزشی مانند بنگاه‌های تجاری عمل و سرمایه‌ی قابل توجهی عاید باشگاه می‌کنند و از آن سوی فدراسیون‌ها و سازمان ورزشی دچار مشکلات شدید مالی هستند (۱۶). آن چیزی که مشخص است کشور ایران دارای افراد جوان و ورزشکار زیادی است که همین موضوع بر جذب سرمایه‌گذاری در ورزش توسط سازمان‌ها و نهاد‌های غیر دولتی تأکید بیشتری می‌کند. در صورت شناسایی قابلیت‌های جوانان و برنامه‌ریزی‌های لازم در این خصوص می‌توان به افزایش سطح جذب و توسعه سرمایه‌گذاری در اقتصاد، زمینه را برای پیشرفت هر چه بیشتر ورزش کشور انجام داد. (۱۷). بر همین اساس چادویک^۴ در پژوهشی به این نتیجه رسید که ورزش باید علمی و به سمت یک چشم‌انداز جدید - اقتصاد ژئوپلیتیکی^۵ ورزش - هدایت شود و نگرش متعارف محققان به ورزش از دیدگاه‌های فایده‌گرا یا نئوکلاسیک^۶ باید تغییر کند (۱۸). باسَم نور^۷ و همکاران (۲۰۲۲) بیان کردند کمبود پرسنل آموزش دیده و عدم ساختار حرفه‌ای برای ترویج برنامه‌ها، فعالیت‌ها، رویدادها و امکانات از موانع سرمایه‌گذاری ورزش در مصر است (۱۹).

مدیرانی متخصص^۱، کارآمد و با نگاهی حرفه‌ای نرفته‌اند و کاری صورت نگرفته است و همچنان کل ورزش کشور در اختیار افرادی قرار گرفته است که به‌طور حیاتی، ناکارآمد و آماتوری حرکت می‌کنند و ورزش را به صورت دولتی اداره و هزینه می‌شود (۱۱)؛ بنابراین برای تضمین آینده‌ای روشن و موفق برای سازمان ورزشی باید زبان درآمدزایی و سرمایه‌گذاری را دانست، زیرا امروزه رقابت برای پول از هر زمان دیگری فشرده‌تر شده و دیگر نمی‌توان به امید سرازیر شدن پول و دیگر کمک‌های دولت نشست. باشگاه‌ها، سازمان‌ها، فدراسیون‌ها باید به تدوین سیاست درآمدزایی خود بپردازند، سیاستی درجهت متقاعد کردن تامین‌کنندگان منابع مالی. در نتیجه این موضوع نشان دهنده نقش مهم بازاریابی و سرمایه‌گذاری به عنوان یکی از روش‌های مهم در تعیین منابع مالی است (۱۲). از آنجائیکه فرایندهای اقتصادی دارای پیچیدگی‌های خاص هستند و وابسته به عوامل متعدد می‌باشند، مسلماً از آنجائیکه هرگونه تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری تامین منابع مالی سبب خواهد شد تا ساختار مالی آن دچار دگرگونی شود؛ این امر ممکن است به جای تأثیرات مثبت و دلخواه، بر بازده سازمان اثرات نامطلوب و ناخواسته‌ای داشته باشد (۱۳). بر این اساس، توجه به انتخاب ابزارها و بازارهای مالی و گزینش اقتصادی‌ترین شیوه‌های جذب سرمایه‌گذار، می‌تواند خطر پذیری و بازده آن را متناسب و معقول نماید، که توجه به این نکته امری اجتناب‌ناپذیر و ضروری است (۱۴). جانان هامپتون^۲ در این رابطه اعتقاد دارد که سازمان‌ها ورزشی در برنامه‌ریزی‌هایی که برای کسب سود دارند بیشتر از هرچیز به جذب سود خالص از محل استقراض توجه می‌کنند (۱۵). عدم سرمایه‌گذاری در ورزش و

5 . Geopolitical Economy
6 . Neoclassical
7 . Bassam Nour

1 . Expert Managers
2 . John J. Hampton
3 . Sports Facilities
4 . Simon chadwich

پرداخته اند که ۹ عامل توسعه اقتصادی صنعت ورزش ایران از دید نمونه‌های تحقیق متناسب با اهداف تحقیق بوده و متعاقب آن نتایج تحلیل عاملی نشان داد که سرمایه‌گذاری و حمایت مالی و توسعه امکانات و زیر ساخت‌های به ترتیب مهم‌ترین و کم اهمیت‌ترین عامل‌ها از دید نمونه تحقیق می‌باشند. نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که اکثریت تحقیقات به موانع و چالش‌های سرمایه‌گذاری و حمایت مالی پرداخته شده است و خلای تحقیقاتی در بحث شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر سرمایه‌گذاری در ورزش به صورت ویژه کاملاً مشهود است و دید جامع نسبت به مسئله، در تحقیقات به شکلی که به عوامل مؤثر در سرمایه‌گذاری کمتر مشاهده شده است و از سوی دیگر در حوزه اقتصاد ورزشی این موضوع یعنی عوامل مؤثر بر توسعه سرمایه‌گذاری در صنعت ورزش همچنان به عنوان مساله ای لاینحل و مبهم برای دست اندرکاران و مدیران و بازاریابان باقی مانده است. جذب سرمایه در ورزش کشور بدون تغییر نگرش در میان مسئولین، سیاستمداران و کارشناسان و ایجاد بستر مناسب برای ورود سرمایه امکان‌پذیر نیست. در نظر گرفتن تمامی عوامل تأثیرگذار در جذب سرمایه‌گذاری و ارائه مدلی مناسب از رابطه و تحلیل این عوامل می‌تواند سرمایه‌گذاران و سازمان‌های مربوطه را در مراحل آغازین سرمایه‌گذاری و در طی روند سرمایه‌گذاری راهنمایی نماید و به عنوان یک الگوریتم تصمیم‌گیری برای سرمایه‌گذاری در ورزش استفاده شود. از این رو پژوهش حاضر درصدد است در بعد اول عوامل سرمایه‌گذاری در ورزش را شناسایی و سپس به تحلیل این عوامل بپردازد. از لحاظ نو بودن در داخل کشور، موضوع پژوهش تاکنون انجام نشده است. از لحاظ روش تحقیق، نیز تاکنون از روش گراند تئوری و روش تاپسیس بهره

توماس^۱ (۲۰۲۱) در مقاله‌ای با تکیه بر ادبیات حمایت مالی، برندسازی و تبلیغات، به این نتیجه رسید که حامیان مالی بر انگیزه مصرف‌کنندگان برای فعالیت ورزشی تأثیر می‌گذارند (۲۰)، وب^۲ (۲۰۲۰) معتقد است که برای حفظ و تحریک جریان‌های نقدی در حوزه ورزش، دولت باید اقداماتی از قبیل تشکیل یک مکانیسم مشخص برای ارائه وام‌های، حفظ تعادل بین منافع خصوصی تجارت و اهداف اجتماعی دولت؛ یکپارچه سازی فن‌آوری‌ها، کالاهای، دستگاه‌ها و تجهیزات انجام دهد (۲۱).

هیوم و استوارت^۳ در سال ۲۰۱۷ (۲۲) در پژوهش خود بیان کردند که یکی از علل سرمایه‌گذاری بالای کشورها در زمینه توسعه ورزش، تأثیر بر شرایط اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی یک جامعه بوده است و از دیدگاه جانسون و همکاران^۴ (۲۰۱۶) ورزش تقویت وجهه و اعتبار آن کشور در عرصه جهانی را در پی خواهد داشت و همچنین الفندی و سگوئین^۵ (۲۰۱۱) موانع‌های سیاسی، محیط‌های اقتصادی، اجتماعی، حقوقی، قانونی، فرهنگی و تکنولوژیکی را به عنوان موانع کسب و کار در ورزش بیان نمودن (۲۴) و علی یاری و همکاران (۱۴۰۰) به این نتیجه رسیدند که عوامل اقتصادی، مدیریتی، حقوقی و قانونی و عوامل ساختاری در سرمایه‌گذاری و مشارکت بخش خصوصی در رویدادهای ورزشی ملی و بین‌المللی مؤثراند (۲۵). بخشنده و همکاران (۱۳۹۹) در مطالعه‌ای معتقدند روش اقتصادسنجی با استفاده از داده‌های مربوط به ارزش افزوده بخش ورزش، اندازه دولت، موجودی سرمایه بخش ورزش، نیروی فعال بخش ورزش، تکنولوژی و پس‌انداز بر رشد اقتصادی صنعت ورزش نقش دارند (۲۶). افشاری و همکاران در سال ۲۰۱۷ (۲۷) در تحقیقات خود به بررسی تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه اقتصادی صنعت ورزش ایران

4 . Janson, Mage & Shap

5 . Alafandi & Séguin

1 . Oliver Thomas

2 . Webb, T

3 . Hume & Stewart

کمی که با استفاده از فن تاپسیس که یکی روش‌های تصمیم‌گیری چند معیاره است سرمایه‌گذاری ورزشی ایران را ارزیابی شد. از آن جا که در مدل تاپسیس به جای استفاده از یک معیار سنجش بهینگی، از چند معیار سنجش استفاده می‌شود و همچنین عدم محدودیت برای انتخاب گزینه‌ها و شاخص‌ها (در این مدل یک سیستم هندسی شامل m نقطه در یک فضای n بعدی در نظر گرفته می‌شود)، انتخاب مدل تاپسیس جهت تعیین وضعیت و همچنین رتبه بندی عوامل مدل پارادایمی مدنظر قرار گرفت. برای به کارگیری روش تاپسیس، به یک ماتریس تصمیم‌گیری نیاز داریم که سطرهای این ماتریس، گزینه‌ها و ستون‌های آن معیار است. گزینه انتخاب شده به این روش باید دارای کوتاه‌ترین فاصله با ایده آل مثبت (بهترین حالت ممکن A_i^+) و دارای بیشترین فاصله با ایده آل منفی (بدترین حالت ممکن، A_i^-) باشد (چیا و لیانگ، ۲۰۰۹). در راستای دستیابی به هدف پژوهش، پرسشنامه تخصصی تاپسیس که در برگیرنده مولفه‌های پدیده سرمایه‌گذاری در ورزش است تهیه و برای تایید روایی صوری و محتوا به ۵ نفر از استادان خبره در این حوزه ارائه و اصلاحات لازم انجام شد. جامعه آماری پژوهش حاضر برای تکمیل پرسشنامه اعضا هیات علمی و مدیران ورزشی و اقتصادی بوده‌اند. در نهایت ۱۸ پرسشنامه در نهایت تکمیل و تحلیل شده است، پژوهشگر به صورت حضوری، راهنمایی‌های لازم برای تکمیل تمام پرسش‌نامه‌ها ارائه داده است. یافته‌های تاپسیس به دو روش قابل محاسبه و تحلیل هستند، نخست به روش محاسبه فرمول ریاضی در محیط Excel و دوم با استفاده از نرم افزار Super Decision در پژوهش حاضر، یافته‌ها به روش نخست محاسبه و تحلیل شده‌اند.

گرفته نشده است. حال این پرسش مطرح می‌شود که عوامل مؤثر در سرمایه‌گذاری در صنعت ورزش ایران کدامند؟ و وضعیت عوامل مؤثر در سرمایه‌گذاری در صنعت ورزش ایران با روش تاپسیس چگونه است؟

روش شناسی پژوهش

این پژوهش، به لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی و نحوه انجام پژوهش به روش آمیخته (کیفی، کمی) و رویکرد آن استقرایی می‌باشد، به لحاظ زمان انجام تحقیق از نوع حال نگر می‌باشد. در بخش کیفی راهبرد پژوهش نظریه داده بنیاد بوده است. این روش نظام مند، دارای سه مرحله اصلی کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی است. جامعه آماری این پژوهش، اساتید خبره با داشتن سابقه فعالیت‌های پژوهشی و اجرایی در زمینه اقتصاد ورزشی بودند که به صورت هدف مند انتخاب شدند. نمونه آماری با مشورت مدیران اقتصادی از افراد واجد شرایط بودند که تعداد آنها تا مرحله اشباع نظری به ۱۸ نفر در نظر گرفته شد. برای جمع آوری داده‌ها، از مصاحبه عمیق و نیمه ساختار یافته به صورت حضوری با ۱۵ سوال عمومی و تخصصی در زمینه توسعه سرمایه‌گذاری در ورزش از جمله: تعریف و جایگاه اقتصاد ورزش و سرمایه‌گذاری در ورزش، فرآیند و عوامل مؤثر توسعه سرمایه‌گذاری در ورزش، موانع سرمایه‌گذاری در کشور، اثرات سرمایه‌گذاری در ورزش، نقش و جایگاه ورزش در اقتصاد کشور و چرایی عدم موفقیت سرمایه‌گذاری در ورزش پرسیده شد. این مصاحبه‌ها در زمان تقریبی ۳۰ تا ۸۰ دقیقه انجام شد. کلیه مطالب با رضایت شرکت کنندگان ضبط و مکتوب گردید. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش داده بنیاد و از نرم افزار MAXQDA نسخه پرو ۲۰۲۲ استفاده شد تا در انتها مدل پارادایمی منطقی یا تصویری عینی از نظریه خلق شده ترسیم گردید. در بخش دوم این پژوهش از روش

یافته‌ها

حاضر را مردان و ۳ نفر آنان را زنان تشکیل داده‌اند که در این میان ۱۲ نفر در مقطع کارشناسی ارشد و ۶ نفر دارای مدرک دکتری بودند.

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی در بخش کیفی در جدول

۱ گزارش شده است، که ۱۵ نفر آزمودنی‌های پژوهش

جدول ۱. توصیف مصاحبه‌شونده‌ها

شماره	جنسیت	سن	مدرک تحصیلی	سمت	سابقه فعالیت در این حوزه
خبیره شماره ۱	مرد	۶۸	دکتری	دبیر اسبق کمیته المپیک	۲۰ سال
خبیره شماره ۲	مرد	۳۵	کارشناسی ارشد	فعال حوزه اقتصاد ورزشی	۴ سال
خبیره شماره ۳	زن	۳۸	دکتری	پژوهشگر و رئیس آکادمی فدراسیون	۵ سال
خبیره شماره ۴	زن	۴۱	کارشناسی ارشد	فعال حوزه کسب و کار ورزشی-مدرس دانشگاه پیام نور	۱۲ سال
خبیره شماره ۵	مرد	۳۹	کارشناسی ارشد	رئیس کمیته اقتصادی فدراسیون	۸ سال
خبیره شماره ۶	مرد	۴۰	کارشناسی ارشد	فعال در حوزه بیمه-سرمایه‌گذار در ورزش	۵ سال
خبیره شماره ۷	مرد	۳۹	دکتری	پژوهشگر و استادیار دانشگاه هنر	۸ سال
خبیره شماره ۸	مرد	۴۱	دکتری	تهیه‌کننده رادیو ورزش-مدرس دانشگاه تهران شمال	۱۰ سال
خبیره شماره ۹	مرد	۴۱	کارشناس ارشد	فعال در حوزه بانک-سرمایه‌گذار در ورزش	۴ سال
خبیره شماره ۱۰	مرد	۴۰	کارشناس ارشد	دبیر فدراسیون	۲ سال
خبیره شماره ۱۱	مرد	۶۸	دکتری	استاد تمام دانشگاه مازندران	۲۰ سال
خبیره شماره ۱۲	مرد	۳۷	کارشناسی ارشد	فعال در حوزه استارت‌آپ-سرمایه‌گذار در ورزش	۵ سال
خبیره شماره ۱۳	زن	۵۴	دکتری	پژوهشگر و استادیار دانشگاه تهران جنوب	۱۰ سال
خبیره شماره ۱۴	مرد	۳۹	کارشناسی ارشد	مدیر ارشد فدراسیون	۴ سال
خبیره شماره ۱۵	مرد	۴۷	کارشناسی ارشد	رئیس دبیرخانه شبکه ورزش شهرداری ها	۷ سال
خبیره شماره ۱۶	مرد	۳۵	کارشناسی ارشد	مدیر بازارهای سرمایه-سرمایه‌گذار در ورزش	۵ سال
خبیره شماره ۱۷	مرد	۳۹	کارشناسی ارشد	پژوهشگر اقتصادی-فعال حوزه اقتصاد ورزشی	۵ سال
خبیره شماره ۱۸	مرد	۳۳	کارشناسی ارشد	پژوهشگر-مدرس دانشگاه مقدس اردبیلی	۳ سال

جدول ۲. کد گذاری محوری

مفاهیم	مقوله‌ها	محور
کاهش نقش انحصاری دولت ها	تغییرات نهادی و ساختار مالکیت	شرایط علی (توانمندسازی ظرفیت‌ها)
ایجاد اراده واقعی اجماع استراتژی کلان در ورزش کشور		
افزایش تاثیر افکار عمومی در توسعه سرمایه گذاری در ورزش		
تصویب نظام باشگاهداری حرفه ای در کشور		
نهاد های حمایتی سازمان یافته هواداری	پتانسیل ورزش	شرایط زمینه‌ای (بستر سازی حرفه‌ای)
تولید مبانی نظری در حوزه اقتصاد ورزشی در مراکز علمی		
خدمات مناسب ورزشی		
اثر بخشی بالا در برابر کارایی بهینه		
محبوبیت ورزش در اکثر فرهنگ ها و قومیت ها	سازمان متوالی	جامعه هدف
پتانسیل بالا برای هویت سازی		
تبدیل ورزش به عنوان یک صنعت تاثیر گذار بر کشورها		
افزایش روز افزون قدرت و جذابیت رویدادهای ورزشی		
توجه رسانه ها	سازمان متوالی	جامعه هدف
فعال در حوزه اقتصاد ورزشی		
ارتباط منسجم با دیگر نهادها و سازمان های ذینفع دولتی و غیر دولتی		
برخوردار از حمایت و پشتیبانی وزارت ورزش و کمیته المپیک		
پرورش اقتصادان و بازاریاب ورزشی	جامعه هدف	جامعه هدف
عقاید مذهبی و فرهنگی و سیاسی در منطقه سرمایه پذیر		
شناخت ویژگی های جمعیت شناختی		

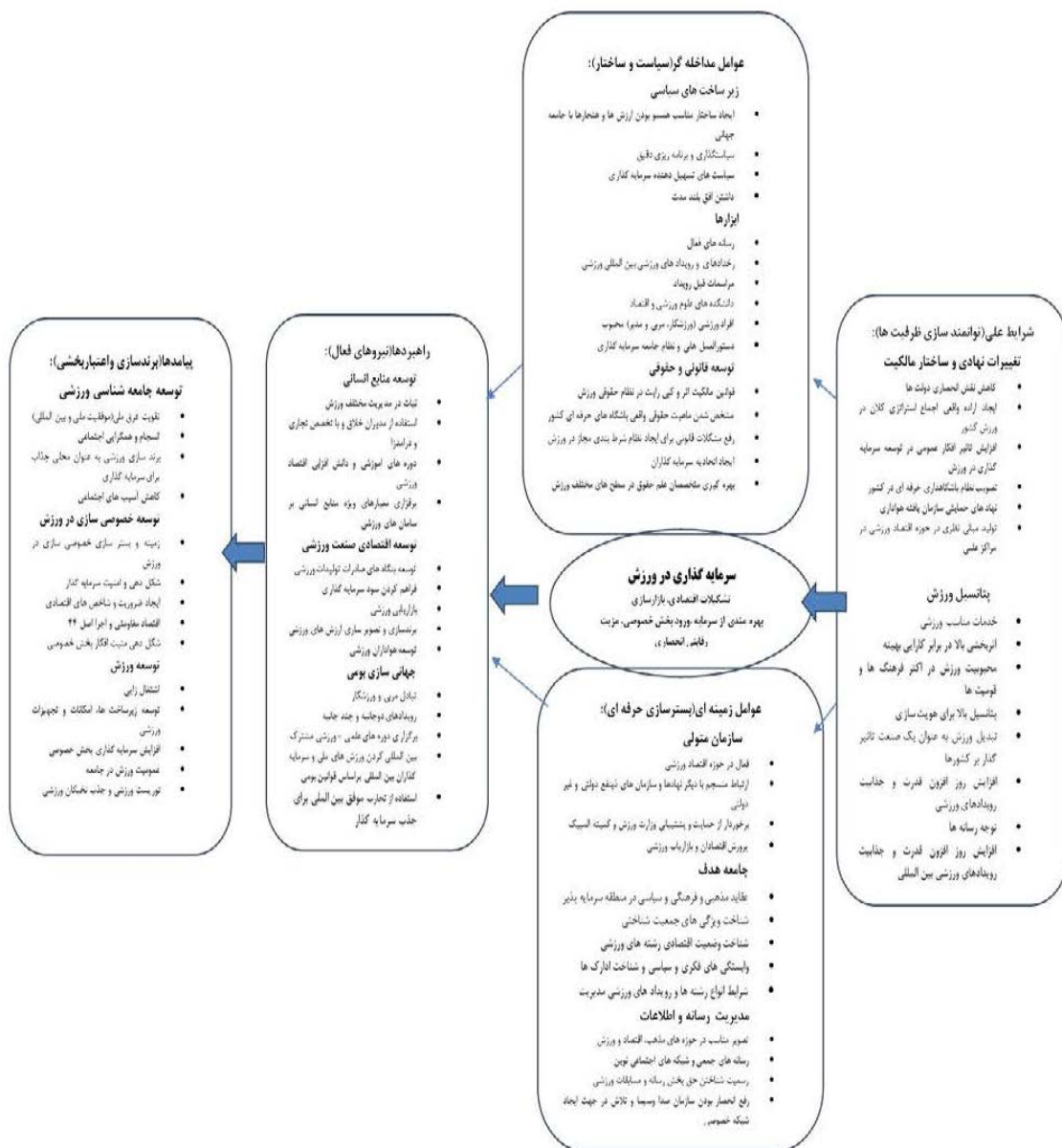
اشتغال‌زایی		
توسعه زیرساخت‌ها، امکانات و تجهیزات ورزشی		
عمومیت ورزش در جامعه	توسعه ورزشی	
افزایش سرمایه‌گذار ورزشی بخش خصوصی		
توریست ورزشی و جذب نخبگان ورزشی		
تشکیلات اقتصادی		
بازارسازی		
بهره مندی از سرمایه	سرمایه گذاری	مقوله مرکزی
ورود بخش خصوصی		
مزیت رقابتی انحصاری		

و توسعه بیشتری نیاز دارند، اصلاح شد. بنابراین با استفاده از ۱۴ مقوله محوری، ۵ محور (توانمندسازی ظرفیت‌ها، بسترسازی حرفه‌ای، سیاست و ساختار، نیروی فعال و برندسازی و اعتباربخشی) به عنوان عوامل تاثیر گذار سرمایه گذاری در صنعت ورزش شناسایی شد.

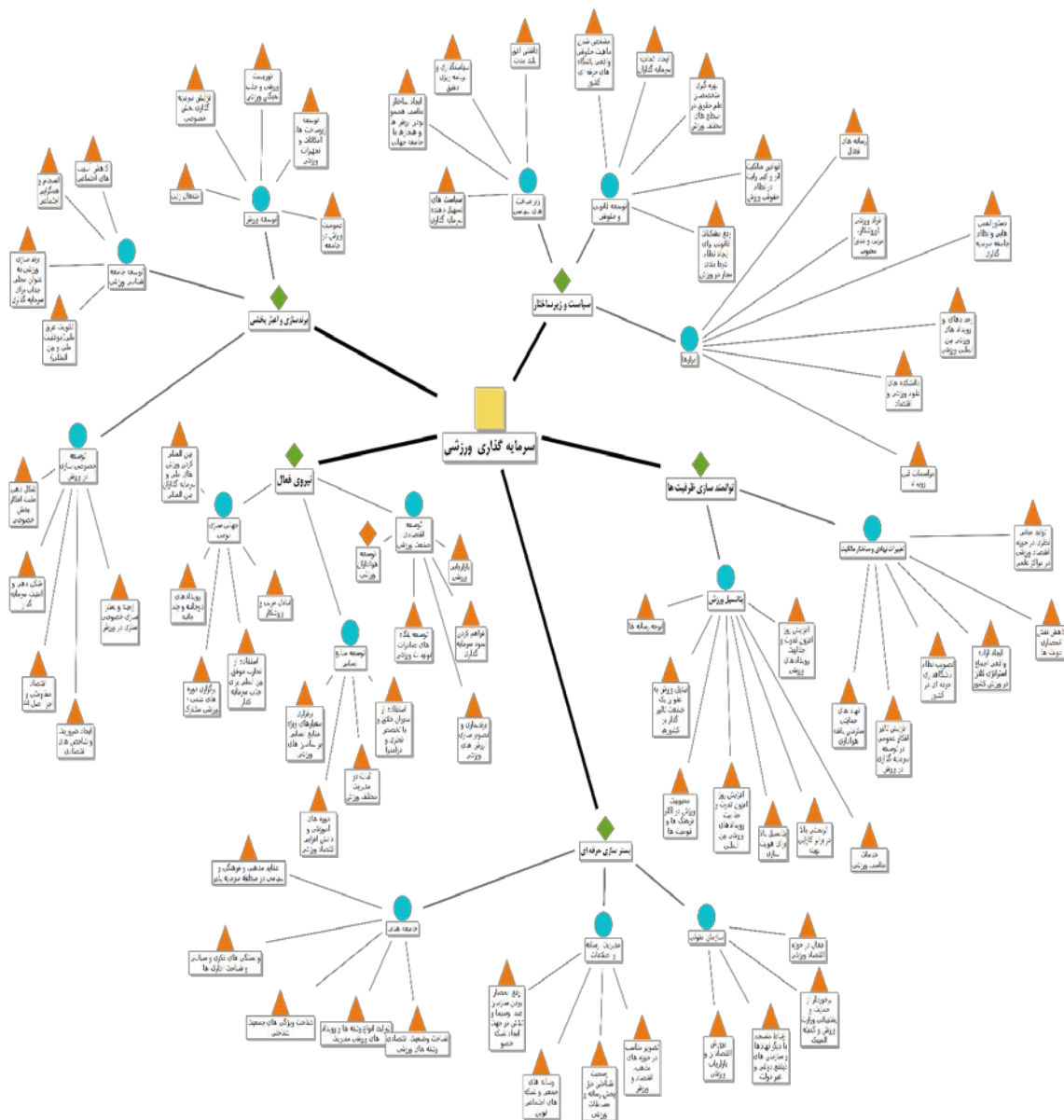
در بخش کیفی همزمان با مرحله گردآوری داده‌ها در قالب مصاحبه، تحلیل داده‌ها نیز صورت پذیرفت. نمونه گیری نظری تا زمانی که مقوله‌ها به کفایت نظری رسید، ادامه یافت. براساس طرح نظام مند داده بنیاد، برای تحلیل داده‌های کیفی سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی انجام شد.

در مجموع تعداد ۱۶۵ نکته در مصاحبه‌ها یافت شد و ۲۵ نکته از ادبیات و پیشینه تحقیقات آورده شده است که پس از تجزیه تحلیل انجام شده ۵ محور، ۱۴ مقوله و ۶۵ مفهوم بدست آمد که در مرحله کدگذاری باز کلمات کلیدی و عباراتی که با نظر پاسخ دهندگان مرتبط بودند شناسایی شدند و در مرحله بعدی یعنی کدگذاری محوری، مقولاتی شامل شرایط علی (علل موجهه پدیده اصلی)، راهبردها (بستر و حوزه راهبردی)، شرایط زمینه (شرایط بسترساز خاص مؤثر بر راهبردها)، شرایط مداخله گر (شرایط بسترساز عام در راهبردها) و پیامدها (ره آورد و بستر به کار بستن راهبردها) به طور نظری به هم ارتباط داده شدند. در نهایت طی فرآیند کدگذاری انتخابی، گزاره‌های حکمی یا قضایای پژوهش که بر روابط درونی مقوله‌ها اشاره دارند، شکل گرفتند.

با توجه به نتایج جدول ۲ مقوله‌های محوری را به شکل نظام مند به دیگر مقوله‌ها ربط داده و آن روابط را در چارچوب یک روایت ارائه کرده و مقوله‌هایی را که به بهبود



شکل ۱. الگوی پارادیمی پدیده سرمایه گذاری ورزش



شکل ۲. مدل توسعه سرمایه گذاری ورزشی

در ادامه، وضعیت سرمایه گذاری در ورزش به روش تاپسیس ارزیابی و نتایج نهایی به دست آمده ارائه شده است.

علت های ایجابی

در این بخش این نکته را بررسی کرده ایم که هر یک از عوامل زیر تا چه اندازه ضرورت توجه به سرمایه گذاری را برای کشور تبیین میکند.

جدول ۳. تحلیل تاپسیس عوامل مؤثر مدل توسعه سرمایه گذاری در ورزش

تاپسیس برای عوامل شرایط علی (توانمندسازی ظرفیت‌ها)					
رتبه	Ci	ایده آل مثبت	ایده آل منفی	محورها	کد
۱۳	۰/۳۰	۰/۷۴	۰/۳۲	خدمات مناسب ورزشی	A1
۷	۰/۵۲	۰/۵۳	۰/۵۷	تبدیل ورزش به عنوان یک صنعت تاثیر گذار بر کشورها	A2
۸	۰/۴۵	۰/۶۱	۰/۵۱	افزایش روز افزون قدرت و جذابیت رویدادهای ورزشی	A3
۱۱	۰/۳۷	۰/۶۸	۰/۴۰	پتانسیل بالا برای هویت سازی	A4
۹	۰/۴۵	۰/۶۴	۰/۵۲	اثر بخشی بالا در برابر کارایی بهینه	A5
۱۲	۰/۳۴	۰/۷۹	۰/۴۱	محبوبیت ورزش در اکثر فرهنگ ها و قومیت ها	A6
۵	۰/۵۵	۰/۴۹	۰/۶۱	توجه رسانه ها	A7
۴	۰/۷۰	۰/۳۲	۰/۷۵	نهاد های حمایتی سازمان یافته هواداری	B1
۱۰	۰/۴۱	۰/۶۷	۰/۴۶	تولید مبانی نظری در حوزه اقتصاد ورزشی در مراکز علمی	B2
۲	۰/۷۵	۰/۲۹	۰/۸۵	تصویب نظام باشگاهداری حرفه ای در کشور	B3
۶	۰/۵۵	۰/۵۲	۰/۶۴	افزایش تاثیر افکار عمومی در توسعه سرمایه گذاری در ورزش	B4
۳	۰/۷۴	۰/۲۷	۰/۷۸	ایجاد اراده واقعی اجماع استراتژی کلان در ورزش کشور	B5
۱	۰/۸۳	۰/۱۸	۰/۸۵	کاهش نقش انحصاری دولت ها	B6
تاپسیس برای عوامل مداخله گر (بستر سازی حرفه‌ای)					
رتبه	Ci	ایده آل مثبت	ایده آل منفی	محورها	کد
۷	۰/۴۶	۰/۹۹	۰/۸۵	قوانین مالکیت اثر و کپی رایت در نظام حقوقی ورزش	C1
۱۰	۰/۳۹	۱/۰۸	۰/۶۹	بهره گیری متخصصان علم حقوق در سطح های مختلف ورزش	C2
۸	۰/۴۵	۱/۰۲	۰/۸۳	رفع مشکلات قانونی برای ایجاد نظام شرط بندی مجاز در ورزش	C3
۹	۰/۴۰	۱/۰۱	۰/۶۷	مشخص شدن ماهیت حقوقی واقعی باشگاه های حرفه ای کشور	C4
۱۴	۰/۱۵	۱/۴۲	۰/۳۶	ایجاد اتحادیه سرمایه گذاران	C5
۶	۰/۵۱	۰/۸۶	۰/۹۱	(ورزشکار، مربی و مدیر) مشهور	D1
۲	۰/۶۷	۰/۵۹	۱/۱۷	رخداد های و رویداد های جذاب ورزشی (بین المللی و ملی)	D2
۳	۰/۵۹	۰/۷۴	۱/۰۸	رسانه های فعال	D3
۴	۰/۵۴	۰/۸۶	۱/۰۲	مراسمات قبل رویداد	D4
۱	۰/۷۱	۰/۵۶	۱/۳۳	دستورالعمل هایی و نظام جامعه سرمایه گذاری افراد ورزشی	D5
۵	۰/۵۴	۰/۸۸	۱/۰۱	دانشکده های علوم ورزشی و اقتصاد	D6
۱۳	۰/۱۷	۱/۳۶	۰/۲۸	سیاست گذاری و برنامه ریزی دقیق	E1
۱۵	۰/۱۲	۱/۳۶	۰/۳۴	سیاست های تسهیل دهنده سرمایه گذاری	E2
۱۲	۰/۲۲	۱/۲۷	۰/۳۷	ایجاد ساختار مناسب همسو بودن ارزش ها و هنجارها با جامعه جهانی	E3
۱۱	۰/۲۳	۱/۳۱	۰/۳۹	داشتن افق بلند	E4

پتانسیل ورزش
(۰/۴۲)

تغییرات نهادی و ساختار مالکیت
(۰/۶۳)

توسعه قانونی و حقوقی
(۰/۴۳)

ابزارها (۰/۵۹)

سیاستی (۰/۲۶)
زیر ساخت های

تحلیل تاپسیس برای عوامل زمینه‌ای (سیاست و ساختار)

رتبه	Ci	ایده‌آل مثبت	ایده‌آل منفی	محورها	کد	
۸	۰/۴۹	۱/۲۱	۰/۷۷	فعال در حوزه اقتصاد ورزشی	F1	سازمان متولی (۰/۳۸)
۹	۰/۳۱	۱/۲۷	۰/۵۸	ارتباط منسجم با دیگر نهادها و سازمان‌های ذینفع دولتی و غیر دولتی	F2	
۱	۰/۵۸	۰/۹۴	۱/۳۱	برخوردار از حمایت و پشتیبانی وزارت ورزش و کمیته المپیک	F3	
۱۳	۰/۲۲	۱/۵۴	۰/۴۴	پرورش اقتصاددان و بازاریاب ورزشی	F4	
۵	۰/۴۵	۱/۱۵	۰/۹۶	عقاید مذهبی و فرهنگی و سیاسی در منطقه سرمایه پذیر	G1	جامعه هدف (۰/۴۳)
۷	۰/۳۹	۱/۲۷	۰/۸۲	شناخت ویژگی‌های جمعیت شناختی	G2	
۳	۰/۵۳	۱/۰۰	۱/۱۳	شناخت وضعیت اقتصادی رشته‌های ورزشی	G3	
۴	۰/۴۶	۱/۱۹	۱/۰۳	وابستگی‌های فکری و سیاسی و شناخت ادارک‌ها	G4	
۱۱	۰/۳۱	۱/۳۹	۰/۶۴	شرایط انواع رشته‌ها و رویداد‌های ورزشی	G5	
۶	۰/۳۹	۱/۳۲	۰/۸۵	تصویر مناسب در حوزه‌های مذهب، اقتصاد و ورزش	H1	مدیریت رسانه و اطلاعات (۰/۳۹)
۲	۰/۵۵	۰/۹۵	۱/۱۹	رسانه‌های جمعی و شبکه‌های اجتماعی نوین	H2	
۱۰	۰/۳۲	۱/۴۲	۰/۶۷	رسمیت شناختن حق پخش رسانه و مسابقات ورزشی	H3	
۱۲	۰/۲۸	۱/۳۹	۰/۵۳	ایجاد تقاضا خرید و رقابت شبکه‌های کابلی خارجی برای اخذ مجوز مسابقات ایران	H4	
۱۴	۰/۱۷	۱/۳۶	۰/۲۸	رفع انحصار بودن سازمان صدا و سیما و تلاش در جهت ایجاد شبکه خصوصی	۵H	

تحلیل تاپسیس برای عوامل راهبردهای کنش و واکنش (نیروی فعال)

رتبه	Ci	ایده‌آل مثبت	ایده‌آل منفی	محورها	کد	
۱	۰/۸۰	۰/۱۹	۰/۵۵	فراهم کردن سود سرمایه‌گذاری	I1	توسعه اقتصادی صنعت ورزش (۰/۶۲)
۸	۰/۵۲	۰/۵۱	۰/۵۵	توسعه بنگاه‌های صادرات تولیدات ورزشی	I2	
۱۱	۰/۴۲	۰/۶۱	۰/۴۴	برندسازی و تصویر سازی ارزش‌های ورزشی	I3	
۳	۰/۷۵	۰/۲۴	۰/۷۲	بازاریابی ورزشی	I4	
۱۲	۰/۳۹	۱/۲۷	۰/۸۲	توسعه هواداران ورزشی	۵I	جهانی سازی بومی (۰/۶۱)
۵	۰/۶۳	۰/۳۷	۰/۶۳	استفاده از تحارب موفق بین‌المللی برای جذب سرمایه‌گذار	J1	
۷	۰/۶۲	۰/۳۹	۰/۶۳	رویدادهای دوجانبه و چندجانبه	J2	
۱۰	۰/۴۹	۰/۵۵	۰/۵۳	برگزاری دوره‌های علمی - ورزشی مشترک	J3	
۱۲	۰/۳۱	۱/۳۹	۰/۶۴	بین‌المللی کردن ورزش‌های ملی و سرمایه‌گذاران بین‌المللی براساس قوانین بومی	۴J	
۶	۰/۶۳	۰/۳۹	۰/۶۸	تبادل مربی و ورزشکار	J5	توسعه منابع انسانی (۰/۶۵)
۴	۰/۶۶	۰/۳۵	۰/۶۸	استفاده از مدیران خلاق و با تخصص تجاری و درآمدزا	K1	
۹	۰/۵۰	۰/۵۳	۰/۵۴	دوره‌های آموزشی و دانش‌افزایی اقتصاد ورزشی	K2	
۲	۰/۷۹	۰/۲۰	۰/۷۶	ثبات در مدیریت مختلف ورزش	K3	
۱۳	۰/۲۸	۱/۳۹	۰/۵۳	برقراری معیارهای ویژه منابع انسانی بر سامان‌های ورزشی	۴K	

تحلیل تاپسیس برای عوامل پیامد ها (برندسازی و اعتبار بخشی)

رتبه	Ci	ایده آل مثبت	ایده آل منفی	محورها	کد	
۱	۰/۸۹	۰/۱۰	۰/۷۹	تقویت عرق ملی (موفقیت ملی و بین المللی)	L1	جامعه‌شناسی ورزشی (۰/۸۱)
۲	۰/۸۰	۰/۱۸	۰/۷۱	انسجام و همگرایی اجتماعی	L2	
۱۱	۰/۴۲	۰/۶۱	۰/۴۴	برند سازی ورزشی به عنوان محلی جذاب برای سرمایه گذاری	L3	
۳	۰/۷۵	۰/۲۲	۰/۶۷	کاهش آسیب های اجتماعی	L4	
۸	۰/۵۸	۰/۴۷	۰/۶۳	زمینه و بستر سازی خصوصی سازی در ورزش	M1	توسعه سازی در ورزش (۰/۵۹)
۱۰	۰/۴۷	۰/۵۷	۰/۵۰	شکل دهی و امنیت سرمایه گذار	M2	
۱۲	۰/۳۹	۱/۳۲	۰/۸۵	ایجاد ضرورت و شاخص های اقتصادی	M3	
۱۳	۰/۳۱	۱/۳۹	۰/۶۴	اقتصاد مقاومتی و اجرا اصل ۴۴	M4	
۴	۰/۷۱	۰/۲۶	۰/۶۳	شکل دهی مثبت افکار بخش خصوصی	M5	
۷	۰/۶۱	۰/۴۰	۰/۶۲	اشتغال زایی	N1	توسعه ورزش (۰/۶۲)
۹	۰/۵۷	۰/۴۰	۰/۵۲	توسعه زیرساخت ها، امکانات و تجهیزات ورزشی	N2	
۶	۰/۶۵	۰/۳۳	۰/۶۳	افزایش سرمایه گذاری بخش خصوصی	N3	
۵	۰/۶۶	۰/۳۵	۰/۶۸	عمومیت ورزش در جامعه	N4	
۱۴	۰/۲۸	۱/۳۹	۰/۵۳	توریست ورزشی و جذب نخبگان ورزشی	N5	

شد. در این بین در اولویت بندی پارامتر های این دو مقوله، نتایج حاکی از آن است که عوامل مداخله تاثیر مثبتی را برای توسعه سرمایه گذاری کشور به دنبال نداشته اند. در این بین نظام جامع سرمایه گذاری، رخدادهای و رویداد های جذاب بین المللی و رسانه های فعال بهتر توانسته اند به سرمایه گذاری در ورزش کشور کمک کنند. نتایج تحلیل تاپسیس حاکی از آن است که عوامل زمینه ای نتوانسته است زمینه توسعه مناسب را برای سرمایه گذاری ورزش کشور فراهم کند. در این زمینه کمترین امتیاز مربوط به عوامل مرتبط با مدیریت رسانه و اطلاعات با امتیاز ۰/۳۸ بود و بعد از آن سازمان متولی (امتیاز ۰/۳۹) و جامعه هدف (۰/۴۳) امتیاز قرار داشتند. در بین پارامترها، تحلیل پاسخ صاحب نظران حاکی از این است که اکثریت عوامل زمینه ای، زمینه ساز توسعه سرمایه گذاری کشور در حال حاضر نیستند، در الگوی پارادایمی شناسایی شده برای سرمایه گذاری در ورزش، راهبردهای کنش و واکنش (نیروی فعال) این پدیده "توسعه منابع انسانی، جهانی سازی بومی و

نتایج تحلیل تاپسیس عوامل شرایط علی (توانمندسازی ظرفیت ها) مطابق با ارزیابی های صورت گرفته از منظر نخبگان و مطلعین کلیدی حوزه مربوطه، "تغییرات نهادی ساختار مالکیت" با امتیاز ۰/۶۳ دارای نقش بیشتری از مقوله "پتانسیل" (امتیاز ۰/۴۲) در تبیین ضرورت و اهمیت توسعه سرمایه گذاری ورزش برای ج.ا. ایران است، که در میان پارامترهای سازنده مقوله "تغییرات نهادی و ساختار مالکیت" محاسبات نشان داد، که "کاهش نقش انحصاری دولت ها" و "تصویب نظام باشگاهداری حرفه ای در کشور" مهمترین عواملی است که بیانگر تغییرات نهادی و ساختار مالکیت برای سرمایه گذاری در ورزش ج.ا. ایران است. عوامل مداخله گر (بستر سازی حرفه ای) برای سرمایه گذاری در ورزش "زیر ساخت های سیاسی، ابزارها و توسعه قانونی و حقوقی بوده است. در این زمینه زیر ساخت های سیاسی برای توسعه سرمایه گذاری در ورزش ایران با امتیاز ۰/۲۶ در وضعیت نامطلوبی به سر می برد. امتیاز قوانینی و حقوقی ۰/۴۳ و ابزارهای توسعه سرمایه گذاری ۰/۵۹ تبیین

تاثیر دارد. در عصر حاضر یک تحول کیفی در عرصه ورزش رخ داده است. تحولی که باعث شده است ورزش یکی از بزرگترین صنایع های دنیا شده است. در راستای سیاست های کلی اصل ۴۴ در اقتصاد ایران که در سال ۱۳۸۴ توسط مقام معظم رهبری ابلاغ گردید در واقع با هدف اصلاحات ساختاری در ایران صورت گرفت. اهداف این سیاست ها همانطوری که در متن آن اشاره گردیده است عبارتند از:

شتاب بخشیدن به رشد اقتصادی، گسترش مالکیت عمومی، ارتقای کارایی و بهره وری، افزایش رقابت پذیری، افزایش سهم بخش های خصوصی و تعاونی در اقتصاد، کاستن از بار مالی و مدیریتی دولت در تصدی فعالیت های اقتصادی و همچنین افزایش سطح عمومی اشتغال و ... به عبارتی دیگر خصوصی سازی و سرمایه گذاری در ورزش یکی از اجزاء برنامه های اصلاحات ساختاری است و هدف آن دستیابی به کارایی بالاتر بنگاه ها در سطح اقتصاد خرد و همچنین رسیدن به رشد اقتصادی بالاتر از بعد اقتصاد کلان است. از طرف دیگر با اجرای سیاست های گسترش سرمایه گذاری بطور معمول زمینه برای کاهش هزینه های دولت و یا کسری بودجه های لجام گسیخته دولتی فراهم می شود و لذا با کاهش تورم، زمینه افزایش سرمایه گذاری توسط بخش خصوصی ایجاد می گردد. لذا می توان گفت که یکی از حلقه های مهم در توسعه نهادی، ساختار و مالکیت صنعت ورزش ایفای نقش سیاسی دولت با ایجاد انسجام و مشارکت سیاسی در فضای رقابتی سالم با اعمال قدرت و حاکمیت قانون است. نتایج تحقیق با نتایج تحقیقات محمدی و همکاران (۱۳۹۵)، مغانی و همکاراندر سال ۱۳۹۴ (۲۹) و الفندی و سگوئین (۲۰۱۶) همخوان می باشد. آزادان و همکاران در سال ۱۳۹۱ (۳۰) نیز نشان دادند شش عامل ساختاری - مدیریتی، شرایط تبلیغاتی، مشوق های حمایتی، بسترسازی حرفه ای، رسانه ها و خصوصی سازی رسانه ها به عنوان راه کارهای جذب

توسعه اقتصادی صنعت ورزش " مدنظر قرار گرفت. در این زمینه توسعه منابع انسانی با امتیاز ۰/۶۵ مهمترین راهبرد برای توسعه سرمایه گذاری در جمهوری اسلامی ایران قلمداد شد. توسعه اقتصادی صنعت ورزشی (امتیاز ۰/۶۲) و راهبردهای جهانی سازی بومی (امتیاز ۰/۶۱) در اولویت های بعدی قرار گرفتند.

آخرین بخش از الگوی پارادایمی پژوهش حاضر پیامدهای (برندسازی و اعتبار بخشی) حاصل از پدیده حاضر است. این پیامدها شامل توسعه جامعه شناسی ورزشی، توسعه خصوصی سازی در ورزش و توسعه ورزش بود. در این زمینه مطلعین این حوزه معتقدند که پیامد توسعه جامعه شناسی ورزشی در حال حاضر برای کشور از اهمیت بیشتری برخوردار است. امتیاز این سه پیامد به ترتیب ۰/۸۱، ۰/۵۹ و ۰/۶۲ بود. در میان پارامترها نیز تقویت هویت ملی از نگاه صاحب نظران بهترین پیامد توسعه سرمایه گذاری در کشور بود.

بحث و نتیجه گیری

از عوامل مهم طی چند دهه اخیر افزایش غیر متعارف و ازدیاد سطح عمومی قیمت ها ناشی از بروز تورم می باشد که موجب شده است تا سرمایه مورد نیاز برای انجام فعالیت های برنامه ریزی شده، چندین برابر سرمایه مورد نیاز برای انجام فعالیت های سال های پیشین باشد. لذا همواره مدیران ارشد و رهبران سازمانی ورزشی با مشکل تامین منابع مالی روبرو هستند چرا که به متصدی امر ورزش می - توانند باعث کاهش کم تحرکی و سلامت در جامعه شود به ارمغان آورد (۲۸) و از سوی دیگر مسائل و مشکلات غیر ورزشی را حل و آسایش اجتماعی را فراهم می کند. نتایج این تحقیق نشان داد که در توانمندسازی ظرفیت ها که شامل دو عامل تغییرات نهادی و ساختار مالکیت و پتانسیل ورزش هستند بر سرمایه گذاری در صنعت ورزش ایران

کیفیت می‌تواند یکی از عوامل مهم توسعه ی سرمایه گذاری باشد که نتایج همسو با یافته های الهی (۱۳۸۷) (۳۱) و هانس و گوتیر (۱۹۹۲) (۳۲) کرامپتون (۲۰۱۴) (۳۳) و فرازیانی (۱۳۹۵) (۳۴) می‌باشد. ورزش وسیله‌ای جذاب و مورد علاقه همه مردم دنیا است نمایش ورزش در فضای باز و تالارهای ورزشی شرکت ورزشکاران در بازی- های المپیک و دیگر مسابقات بین‌المللی و ملی نشان می‌دهد که رویدادهای ورزشی فراگیر شده و بیشتر مردم را درگیر کرده است. پتانسیل ورزش می‌تواند باعث جذب سرمایه‌گذاران شود یک ابزار برای امور اقتصادی است که کشورها می‌توانند با استفاده از آن باعث رشد اقتصاد کشور خودشان شوند. سراسر جهان اقدام نمایند. همچنین نتایج پژوهش حاکی از آن است نقش اقتصادی سازمان‌های ورزشی بین‌المللی که روزافزون هستند حاکی از نقش کاتالیزوری آن‌ها برای توسعه سرمایه‌گذاری است. این اهمیت نشان می‌دهد که سازمان‌های ورزشی ذیربط باید به دنبال تشکیل و راه‌اندازی مرکزی برای جذب سرمایه‌گذار در ورزش باشند.

نتایج تحقیق نشان داد که بسترسازی حرفه ای (سازمان متولی، جامعه هدف و مدیریت رسانه و اطلاعات) بر سرمایه‌گذاری در صنعت ورزش ایران تاثیر دارد. نتایج تحقیق با نتایج تحقیقات الفندی و سگوئین (۲۰۱۶) و هیوم و استوارت (۲۰۱۷) همخوان می‌باشد. زیرا سازمان‌ها علاوه بر اینکه هدایتگر هستند زمینه توسعه را نیز فراهم می‌کند. سازمان متولی در زمینه سرمایه‌گذاری در صورتی می‌تواند زمینه‌ساز موفقیت در این حوزه باشد که اول از همه فعالیت در نگاه دولتی نداشته باشد و جذب سرمایه‌گذار را سرلوحه کار قرار دهد. سازمانی که بتواند با دیگر نهادها ارتباط برقرار کند و حمایت سرمایه‌گذاران را جلب

اسپانسرها در فوتبال حرفه‌ای ایران شناسایی شدند که هر یک از این پژوهش‌ها با یافته‌های تحقیق حاضر همسو می‌باشد. از طرفی ورزش دارای پتانسیلی برای فعالیت‌های اقتصادی است. التیامی‌نیا و محمدی در سال ۹۴ مهم‌ترین کار ویژه سیاسی ورزش را کنترل و جهت‌دهی به افکار عمومی، نشان دادن چهره‌ای کارآمد از دولت و در نهایت ملت‌سازی می‌دانند چراکه نقش اولیه ورزش سلامت عمومی است. رونی (۲۰۱۲) بیان می‌کند شمارش مدال- های طلا در المپیک به این علت مهم است که عزم ملی را را به دنبال دارد و مردم را به ورزش ترغیب می‌کند. تمایل رسانه‌ها برای پوشش اخبار رویدادهای و تأثیر آن بر افکار عمومی حاکی از مؤثر بودن ورزش است، بر این اساس توجه افکار عمومی و رسانه‌ها باعث ترغیب شخصیت حقیقی و حقوقی به سرمایه‌گذاری در ورزش خواهد شد همانگونه که باینول^۲ (۲۰۰۵) در پژوهش خود به این نتیجه رسید که ورزش می‌تواند روی عقاید مورد توجه قرار گیرد. از سوی دیگر جهانی شدن ورزش به طور اجتناب‌ناپذیری در حال گسترش است. گیولیانوتی و رابرتسون^۳ (۲۰۰۹) در کتاب «جهانی شدن و ورزش» بیان می‌کنند که ورزش دیگر به سرگرمی محدود نمی‌شود بلکه با تجارت، کسب و کار و سیاست آمیخته شده است. و این جهانی شدن نه تنها رقابت‌های بین‌المللی ورزشی را جذاب‌تر کرده است که شرایط توسعه سرمایه‌گذاری را نیز فراهم نموده است. در این زمینه و پس از تحلیل‌های انجام شده، مشخص گردید که صاحب‌نظران این حوزه معتقدند که «پتانسیل ورزش» می‌تواند سرمایه‌گذاران را به سمت این صنعت را سوق دهد. به طوری که افزایش روزافزون قدرت و جذابیت رویدادهای ورزشی مهمترین جایگاه را در این زمینه دارد زیرا علت جذب بسیاری از ببیننده‌های ورزشی، در صورت اجرای با

3 . Giulianotti & Robertson
4 . Globalization and Sport

1 . Rooney
2 . Bainvel

ارزش‌های انسانی و همبستگی ملی و افزایش مشارکت سیاسی بر سیاست و اقتصاد کشورها تاثیر می‌نهد و البته خود نیز به ویژه در زمان برگزاری ورزش‌های بین‌المللی مورد استفاده قدرت‌های جهانی واقع می‌گردد. در این بین اصل بر برنامه‌ریزی صحیح است که می‌تواند حرکت این پدیده را منظم‌تر و با سرعت بیشتر دنبال کند؛ بخصوص اگر در این بین چشم‌انداز مطلوب تعیین شده باشد. با توجه به شرایط حضور سرمایه‌گذاران در حیطه‌های مختلف می‌توان با ایجاد مشوق‌های مالی نظیر حمایت‌های قانونی حذف مالیاتی و از این دست اقدامات مسیر ورود و رسیدن به اهداف را در شرکت‌های سرمایه‌گذار ورزشی توسعه داد. ایجاد ظرفیت‌های ممکن برای ورود سرمایه‌گذاران یکی از مولفه‌های مهمی است که سبب ماندگاری بیشتر سرمایه‌گذاران می‌شود. آموزش سرمایه‌گذاران و مدیران ورزشی نیز یکی از ارکان مهم توسعه‌ی سرمایه‌گذاری باشد. هر چه بهتر دیده شدن سرمایه‌گذاران در بین دست‌اندرکاران ورزشی مانند تماشاچیان و همچنین ساختار حمایتی و روانی مسئولین شرکت‌ها و سازمان‌های تاثیرگذار بسیار دخیل است و از طرفی نحوه حمایت از مصادیق ورزشی خلاقانه در حوزه مالکیت فکری، متفاوت می‌باشد. از سوی دیگر سرمایه‌گذاری در ورزش ابزارهایی دارد که می‌تواند شرایط توسعه این پدیده را تسهیل و یا محدود کند. پژوهش‌های متعددی بر اهمیت رویدادهای بین‌المللی و همچنین نقش سازه‌های ورزشی در توسعه سرمایه‌گذاری در ورزشی تاکید داشته‌اند (فریس، ۲۰۰۳؛ لی، ۲۰۱۳؛ دئوز، ۲۰۱۴) در این زمینه (ورزشکار، مربی و مدیر) مشهورررخدادهای و رویدادهای جذاب ورزشی (بین‌المللی و ملی)، رسانه‌های فعال مراسمات قبل رویداد، دستورالعمل‌هایی و نظام جامعه سرمایه‌گذاری افراد ورزشی، دانشکده

کند. از طرف دیگر جامعه هدف و یا مخاطبان مد نظر است. مخاطبان سرمایه‌گذاران نمایانگر محیطی هستند که سرمایه‌گذار در آن عمل می‌شود. یزدان فام در ۱۳۹۳ به این نتیجه رسید که شناخت مخاطبان و ادراکات آن‌ها نخستین شرط پایه‌ریزی یک سرمایه‌گذاری است. از سوی دیگر رسانه یکی از مهمترین عوامل توسعه سرمایه‌گذاری است که با ایجاد برنامه‌های حمایتی و یا بهتر دیده شدن سرمایه‌گذاران و برندهای آنان می‌باشد. رجبی (۱۳۸۸) (۳۳) نقش رسانه‌ها و تماشاگران ورزشی در جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی ورزشی را بیان کرده است. ووشیا، رو و خوشیا (۲۰۰۷) می‌گویند که افزایش آگاهی از هزینه‌ها و سلامت فردی همه‌جانبه در جامعه، باعث شده که مردم احساس نیاز به شرکت در فعالیت‌های ورزشی داشته باشند و لفیور (۲۰۱۳) بیان کرد که پوشش رسانه‌ای گسترده را از مهم‌ترین علل افزایش درآمد حاصل از حامیان مالی و جذب حامیان مالی جدید برای لیگ‌ها و باشگاه‌های ورزشی معرفی نمود که با نتایج تحقیق حاضر همسو می‌باشد در این زمینه تحلیل‌های نظر صاحب‌نظران حاکی از این است که عوامل زمینه‌ای هیچکدام شرایط مساعدی را برای توسعه سرمایه‌گذاری کشور ندارند. به طوری که بدترین شرایط را سازمان متولی در این زمینه دارد.

نتایج تحقیق نشان داد که ساختار و سیاست (زیر ساخت‌های سیاسی، توسعه قانونی و حقوقی و ابزارها) بر سرمایه‌گذاری در صنعت ورزش ایران تاثیر دارد. نتایج تحقیق با نتایج تحقیقات خاکی (۱۳۹۶) (۳۶)، افشاری و همکاران (۱۳۹۶) و فرازبانی (۱۳۹۵) همخوان می‌باشد. در بخش سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی دقیق سیاست‌های تسهیل‌دهنده سرمایه‌گذاری مطرح شده است. ملوکتیان (۱۳۸۸) اینگونه بیان می‌کند که ورزش از طریق تحکیم

اشاره نمود. تلاش برای گرفتن میزبانی رویداد های ملی و بین المللی این فرصت را ایجاد می کنند تا سرمایه گذاران مشارکت بیشتری داشته باشند و در راستای توسعه اقتصادی می توان اینگونه بیان کرد توسعه سرمایه گذاری می تواند باعث رونق اقتصادی کشور می شود و می توان ورزش را در کشور به صنعت تبدیل کرد که این امر باعث رونق کسب و کارهای ورزش و بنگاه های اقتصادی ورزشی خواهد شد و برند سازی ورزش رخ خواهد داد و مخاطبین ورزش با تمایل بیشتری به سمت ورزش خواهند آمد.

نتایج تحقیق نشان داد که برندسازی و اعتباربخشی (جامعه شناسی ورزشی، خصوصی سازی ورزشی و توسعه ورزش) بر سرمایه گذاری در صنعت ورزش ایران تاثیر دارد. در ورزش راه های زیادی برای افزایش برند ملی وجود دارد. دنوز (۲۰۱۵) (۳۷) بیان می کند که نیویولند با برگزاری مسابقات جهانی ۲۰۱۱ راگی، موفق به بالا بردن قد و قامت آکلند به عنوان یک شهر بزرگ بین المللی، به عنوان یک مولد، نوآوری کسب و کار و سرمایه گذاری محیط زیست، و تقویت برند ملی خود شد. استفاده کشورها از میزبانی رویدادهای بین المللی به همین جا ختم نمی شود. هی (۲۰۱۵) (۳۸) اشاره می کند که در سطح استراتژیک ملی، مکزیک، ژاپن و کره جنوبی از میزبانی بازی های المپیک به عنوان فرصت هایی برای برجسته کردن تصورات از تکنولوژی مدرن و اقتصاد سازمان یافته استفاده کردند و بدین صورت اعتبار جهانی برای خود رقم زدند. از طرفی ورزش ابزار مثبتی برای انتقال ارزش های سنتی است (ساجدن و بایرنر، ۱۹۹۳) چرا که تصویرسازی ارزش های می تواند با ارائه ایدئولوژی آن، اعتبار مضاعفی را برای آن در بر داشته باشد. ورزش در درون جامعه می توان هویت ملی و انسجام اجتماعی را افزایش دهد. این یافته مطالعه پژوهشگران متعددی است. پیامدی که دولتمردان هر

های علوم ورزشی و اقتصادی می تواند ابزاری مفید توسعه سرمایه گذاری باشد.

نتایج تحقیق نشان داد که نیروی فعال (توسعه منابع انسانی، جهان سازی بومی و توسعه اقتصادی) بر سرمایه گذاری در صنعت ورزش ایران تاثیر دارد. توسعه نیروی انسانی در حوزه صنعت ورزش از دیگر یافته های این پژوهش است در تبیین این عامل اثر گذار توسعه سرمایه گذاری است می توان گفت: سازمانها برای بقا ملزم به استفاده از پتانسیل و شایستگی های کارکنان خود برای کسب مزیت رقابتی می باشند. با نگاهی تطبیقی به کشورهای جهان و مقایسه کشورهای پیشرفته در می یابیم که علت پیشرفت و توسعه کشورها، داشتن نیروی انسانی کارا و توانمند است. اگر جامعه های از این نعمت برخوردار نباشد به طور یقین نمی تواند به هدف مورد نظر خود دست یابد. بنابراین وجود نیروی انسانی اثربخش یکی از ضرورت های پیشرفت و توسعه هر کشوری است. با توجه به اهداف نظام جمهوری اسلامی بر اساس سند چشم انداز بیست و سه ساله

سیاست های اصل ۴۴ تغییر ساختار نیروی انسانی ضروری است. جهان سازی بومی نیز عامل دیگری است که می تواند توسعه سرمایه گذاری در ورزش را در بر داشته باشد. مرکل در سال ۲۰۰۸ معتقد است که تبادل مربی و ورزشکار در این زمینه می تواند راهکار بلند مدتی باشد که تعاملات کشورها را با دیگر کشورها روزافزون کند. چرا که ورزشکاران، مربیان و مدیران ورزشی به عنوان نماینده آن کشور هستند و می توانند فرهنگ سازمانی و تجربه کشور خودشان را وارد کشور مقصد کنند. برگزاری رویدادها چند جانبه در سطح منطقه، قاره و حتی جهان می توان فرصت سرمایه گذاری را فراهم کرد. علاوه بر آن برای تعاملگرایی بیشتر با جهان می توان به برگزاری نشست های علمی نیز

نشان می‌دهد ورود بخش خصوصی به ورزش می‌توان باعث ورود امکانات شود و افراد جامعه تمایل به ورزش پیدا کرده در نتیجه باعث کاهش کم تحرکی خواهد شد و با موفقیت در ورزش می‌توان ایجاد وحدت و عزم ملی شد زیرا ورزش سازکار مفید و مؤثری برای نزدیک کردن خرده فرهنگ‌ها به یکدیگر است و در مسابقات بین‌المللی بر افراشته شدن پرچم سرود ملی کشور بعد پیروزی ورزشکاران وابسته به خرده فرهنگ‌های مختلف یا فرهنگ اصلی آن کشور بازگوکننده و قوام بخش وحدت ملی در کشور است.

آنچه از این تحقیق می‌توان پیشنهاد کرد این است که با توجه به جذابیت‌ها و پتانسیل درآمدزایی صنعت ورزش به نظر می‌رسد کمتر مشکلی بابت وجود سرمایه‌گذار بخش خصوصی باشد به جز برخی موانع قانونی و عدم حمایت‌ها. بر این اساس پیشنهاد می‌شود تا دولت و مجلس شورای اسلامی با تدوین طرح، لایحه و قانون با ایجاد و آماده‌سازی زیرساخت‌های نرم و سخت در زمینه‌هایی همچون ساخت و تجهیز اماکن ورزشی، برگزاری رویدادهای بین‌المللی، تبادل ورزشکار و مربی، زمینه‌ساز حضور و مشارکت بخش خصوصی برای توسعه اقتصاد ورزشی کشور باشند و مدیران و صاحبان صنایع می‌توانند با استفاده مدل‌های سرمایه‌گذاری در ورزش و ارتقای عوامل مؤثر بر آن موجب تسهیل شدن شرایط سرمایه‌گذاری در ورزش کشور شوند. در این راستا سرمایه‌گذاران همواره تمایل به سرمایه‌گذاری در بازاری دارند که سرمایه آن‌ها با کمترین ریسک به بیشترین بازدهی برسد؛ بازار سرمایه ورزشی از جمله بازارهایی است که این شرایط را می‌تواند برای سرمایه‌گذاران مهیا کند اما این موضوع مستلزم دستیابی درست به دانش تحلیل بنیادی و تکنیکال است. برای دست یافتن به این تحلیل،

کشوری بر یا دستیابی به آن حاضر به هر هزینه‌ای می‌شوند. هیل^۱ (۱۹۹۶) اینگونه بیان می‌کند که ورزش ارزش بالقوه برای هویت‌سازی دارد چیزی که بسیاری از رهبران سیاسی و اجتماعی کاملاً به آن آگاه بوده‌اند و در این زمینه برای دستیابی به اهداف خود از آن بهره برده‌اند. مطالعه ساجدن و بایرنر (۱۹۹۳) نشان داد ورزش در کوبا برای مشارکت در راستای تولید یک روحیه پسا انقلابی^۲ هویت ملی و همبستگی گروهی استفاده می‌شود. انسجام و اتحادی که کاهش آسیب‌های اجتماعی را نیز در بر خواهد داشت. توسعه زیرساخت‌ها، امکانات و تجهیزات ورزشی افزایش سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، اشتغال‌زایی، توریست ورزشی و جذب نخبگان ورزشی پیامدهایی است که با ورود سرمایه‌گذاران فعال می‌تواند برای هر کشوری به ارمغان آورد. پیامدی که یاماموتو^۳ (۲۰۱۲) در مطالعه خود اینگونه بیان می‌کند که مفهوم توسعه از طریق ورزش به منظور بنا نهادن یک دولت بر یک فرهنگ ورزشی قوی در دستور کار دولت ژاپن قرار دارد. مطالعات شورای اروپا که به وسیله کمیسیون اروپایی در سال ۱۹۹۹ منتشر شد نشان می‌دهد که ورزش اثر مهمی بر GNP و اشتغال دارد همچنین از پیامدهای بدست آمده می‌توان به خصوصی سازی در ورزش نام برد زیرا این امر باعث شکل دهی مثبت افکار بخش خصوصی خواهد شد و این بخش با امنیت بیشتری در ورزش ورود خواهند کرد در نتیجه باعث تحقق اقتصاد مقاومتی و اجرا اصل ۴۴ خواهد شد.

تحلیل‌های کمی نشان داد که توسعه جامعه شناسی اهمیتی بیشتری برای کشور دارد زیرا " تقویت عرق ملی " از طریق موفقیت‌های ملی و بین‌المللی نمره ای در حد ایده آل کسب نموده است. و می‌توان نتیجه گرفت عمومیت ورزش در جامعه حد ایده‌آل را کسب نمودند. این

ورزش از جمله عوامل مالی و اقتصادی، عوامل تبلیغاتی و بازاریابی و حقوقی و قانونی، اجتماعی و ... تأثیرگذار بود و مدیران با استراتژی اقتصاد مقاومتی و پدافند غیر عامل اقتصادی بتوانند باعث رشد اقتصاد کشور بشوند. نتایج حاصل از پژوهش لزوم اهتمام به جذب سرمایه‌گذاران را آشکار می‌سازد که با اثربخشی تبلیغات، افزایش میزان سرمایه‌گذاری بخش‌های مختلف و روی کارآمدن شرکت‌های مختلف تولیدی و خدماتی این امر محقق می‌شود. در این راستا دولت می‌تواند با حمایت از شرکت‌های خصوصی و ارائه تسهیلات و اعطای معافیت‌های مالیاتی سبب ورود شرکت‌ها به ورزش و سرمایه‌گذاری شوند. همچنین با توجه به راهبرد‌های شناسایی شده به طور مثال دولت با توجه به مورد همچون توسعه میادین ورزشی در شهرها و روستاها، تهیه وسایل ورزشی ارزان قیمت، انتشار نشریاتی درباره اثرات ورزش بر سلامتی و توسعه امکانات و تسهیلات برای عموم مردم می‌تواند نقش مؤثر تری در توسعه ورزش همگانی و افزایش سید ورزش خانوار داشته باشد. برای تأمین این منظور مهم‌ترین و تنها راه حل اقتصادی کردن ورزش همزیستی بخش‌های دولتی و خصوصی است تا از این طریق دست‌یابی به طرح‌های سازمان یافته آسان‌تر گردد.

فعالان بازار سرمایه باید با مفاهیمی همچون بازار سرمایه، رکود، تورم، شاخص قیمت تولید، نرخ بهره، نرخ ارز، تراز تجاری، نرخ رشد اقتصادی و درآمد سرانه ورزشی به عنوان یکی از مراحل تحقیق و بررسی برای ورود به یک سرمایه‌گذاری، آشنا شوند تا از این طریق به دیدگاهی کامل و جامع نسبت به بازار سرمایه برسند. بازار سرمایه را نمی‌توان تنها بر اساس یک یا تعداد اندکی شاخص تحلیل کرد؛ بر روی این بازار عوامل تأثیرگذار بسیار زیادی اثر می‌گذارند. مطلع نشدن از این عوامل، شکست سرمایه‌گذاران در ورزش را به دنبال دارد؛ با توجه به این موضوع، هر یک از فعالان بازار سرمایه برای رسیدن به سودی سرشار ناگزیر هستند تسلط به این عوامل تأثیرگذار داشته باشند تا از این طریق ریسک سرمایه‌گذاری خود را به حداقل رسانند و به موفقیت مناسبی نائل شوند، و آنچه از نتایج بخش کمی و کیفی پژوهش حاکی از ضعف‌های متعدد نیروی انسانی در حوزه اقتصاد ورزشی (مدیران، کارکنان و ورزشکاران و ...) است. پیشنهاد می‌شود دانشکده اقتصاد در این زمینه با همکاری دانشکده‌های تربیت بدنی و علوم ورزشی در راستای تدوین دوره‌های آموزشی کوتاه مدت در زمینه درآمدزایی تولید ناخالصی ملی و سرمایه‌گذاری و ... گام جدی بردارند و با ایجاد سیستم یکپارچه مدیریتی و ایجاد ثبات مدیریتی در فدراسیون‌های ورزشی بتوان بر بسیاری از عوامل دیگر تأثیرگذار در سرمایه‌گذاری در

References

1. Pruna, R., Tribaldos, L.M., & Bahdur, K. Player talent identification and development in football identificación de talento en el jugador y su desarrollo en el fútbol, Apunts. Medicina de l'Esport.2018; 53(198): 43-46.
2. Johnston, K., Mage, M., & Shap, R. Talent Identification in Sport: A Systematic Review. Sports Medicine.2018; 48(1): 97–109.
3. 3-Abdul Maliki, Hossein; Mirzazadeh, Zahra Sadat; Karimi, Hamed . prioritization of factors affecting organizational agility in the National Olympic Committee. Journal of Sports Management Studies.2016;No. 36, pp. 131-146.(in persian)
4. Popeska, B., Barbareev, K., & Ivanovska, E.J. Organization and Realization of University Sport Activities in Goce Delcev University – Stip.2015; 197, 2293-2303.
5. Hugo, S., Teresa, A., & PereiraDuarte, A.Talent Identification and Development in Male Football: A Systematic Review, Sports Medicine.2018; 48(4): 907–931.
6. Hee Lee, K., Dvorak, R., Schuett, M. A., & Van Riper, C. J. Understanding spatial variation of physical inactivity across the continental United States. Landscape and Urban Planning.2017;168, PP: 61-71.
7. 7-sports – Economic Org [homepage on the Internet] Christina Go.Sporting Goods Industry. 2021 ; Available from:https://www.statista.com/topics/961/sporting-goods/#topicHeader__wrapper
8. 8- Safari, Omid and Ahmadi-Rad, Maitham .Studying barriers to investment and participation of the private sector in sports in Fars province, Sports Science Quarterly.2010; Year 10, Number 30. (in persian)
9. 9- Sanderson, K.; Harris, F.; Russel, S.& Chase, S. The economic benefit of sport: A Review, Business and Economic Research Ltd (BERL). 2000 Jun: 1-6
- 10.Asgarian, Fariba. Investigating the economic situation of Iran's sports industry in the years 2008-2009, PhD thesis, Department of Physical Education and Sports Sciences, University of Tehran; 2008.(in persian)
- 11.Eshtiani, Waez. Gol sports newspaper. April 2016.(in persian)
12. Safarnejad, Mehri .Compilation of the Sports Marketing Strategic Plan of the Islamic Republic of Iran Sports Federation, Master's Thesis in Physical Education, South Tehran Azad University ; 2008.(in persian)
13. Johnston, M; Paulsen, N. The Relative Importance of Sponsorship Selection Criteria: A Choice-Based Conjoint Study Using Hierarchical Based Analysis”, International Journal of Sport Management and Marketing.2016; (6): 468-475.
14. Mohammadi, Hossein .Investment and its importance in realizing the economic goals of the progress document, the fifth Iranian Islamic conference of progress, the basic model of progress.2015.(in persian)

15. Garn, A. C., Simonton, K., Dasingert, T., & Simonton, A. Predicting changes in student engagement in university physical education: Application of control-value theory of achievement emotion, *Psychology of Sport and Exercise*.2017;29, pp: 93-102.
16. Kazemi, Reza Mohammad. Describing the elements of marketing mix in Iran's football industry and comparing it with South Korea and Japan and providing a suitable model. Doctoral thesis, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, Tarbiat Moalem University, Tehran. 2007.(in persian).
17. Razavi, Mohammad Hossein, analysis of privatization policy in sports of the country with emphasis on championship sports, University of Tehran.2002 .(in persian).
18. Simon Chadwick. From utilitarianism and neoclassical sport management to a new geopolitical economy of sport. *European Sport Management Quarterly*.۲۰۲۲ .۵ . 685-704
19. Bassam Nour Hassan. Assessing Investment in Sport Facilities in Egypt and its Impact on Sports Tourism: Obstacles and Requirements. *Minia Journal of Tourism and Hospitality Research*.2022; 14: 54–72.
20. Thomas,O. Can Sports Sponsorship Affect Consumers' Motivation for Sports Consumption? *Journal of Promotion Management*.2021; 28: 893–922.
21. Webb, T. The future of officiating: analysing the impact of COVID-19 on referees in world football. *Soccer & Society*.2020;1-7
22. Johnston, K., Mage, M., & Shap, R. Talent Identification in Sport: A.201۶
23. Hume, P. A., & Stewart, D. Physique Assessment in Youth Sports for Talent Identification and Developmen, *Best Practice Protocols for Physique Assessment in Sport*, Springer.2017; 3-10
24. Alafandi., Ahmed & Séguin, Benoit Sport Marketing in Egypt: Prospective Challenges. and franchise value report. 2011
25. Ali Yari, Mustafa .Prioritization of private sector investment components with emphasis on national and international sports events *Strategic Studies of Sports and Youth Journal*.2021; 20: 273–292
26. Bakhshandeh ,Hossein. estimating the economic growth model of Iran's sports industry, researches on physiology and management in sports *Journal*.2020; 2: 9–23
27. Afshari, Mostafi. Analysis of factors affecting the economic development of Iran's sports industry. The 10th International Sports Science Conference, Tehran. 2016.(in persian).
28. Ahmadi Rad, Maitham .Studying barriers to investment and participation of the private sector in sports in Fars province, *Sports Science Quarterly*.2016; Year 10, Number 30 .(in persian).
29. Mohammadi Mughani, Hojjat. Factor analysis of the government's political role in the implementation of the sports industry privatization policy, *New Approaches in Sports Management*. (2015) Volume 4, Number 13, Summer 2015, pp. 61-72.(in persian).

30. Azadan, Mehdi; Askarian, Fariba; Ramzaninejad, Rahim. Examining strategies for attracting sponsors in Iran's professional football, *Journal of Sports Management Studies*.2012 ;No. 13, pp. 123-136.(in Persian)
31. Elahi, Alireza; Sajjadi, Nasrallah; Khabeiri, Mohammad; Abrishmi, Hamid. Obstacles in the development of attracting income from financial support in the football industry of the Islamic Republic of Iran. *Sports Management Journal*.2009 ;No. 1, pp. 189-200.(in persian).
32. Hansen, H. Gautheir, R. Factors affecting attendance at professional sporting events, *Journal of sport management*. 1992; 3(1). PP: 15-32.
33. Crompton, J. L. Proximate development: an alternate justification for public.2014
34. Faraziani, Fateh .Designing the pattern of private sector investment in sports in Iran, Payam Noor University, Doctoral Dissertation.2015.(in persian).
35. Rajabi, Malik. The reasons for the lack of financial support of (private) manufacturing companies for championship sports in Isfahan city, master's thesis in physical education, management orientation, Mazandaran University.2009. (in persian).
36. Khaki, Parviz Ramadanpour . Investigating factors influencing the attraction of financial sponsors of football teams in Mazandaran province, physical education master's thesis.2016(in persian).
37. Douvis, J; Sarli, E; Kriemadis, A; Vrontou, O;“An Analysis of Sponsorship Deals in Sport”, *International Journal of Sport Management, Recreation, Tourism*, 2015;No. 17: 14-36.
38. Park, Seong-Hee, Mahony, Daniel F, Kim, Yukyoum, & Do Kim, Young. Curiosity generating advertisements and their impact on sport consumer behavior. *Sport Management Review*.2015; 18(3), 359-369.

Identifying and Analyzing the Effective Factors of Investment in Iran's Sports Industry

Alireza Mahdavi Khanghah¹- Mohammad Hossein Razavi*² - Saeed Amirnejad³

1. PhD. Student in Sports Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Shomal University, Amol, Iran 2. Professor, Department of Sports Management, Faculty of Sports Sciences, Mazandaran University, Babolsar, Iran 3. Assistant Professor, University of Art, Tehran, Iran

(Received:2022/09/06;Accepted:2023/01/04)

Abstract

Sport has become one of the most profitable economic fields as its significance to the economy continues to grow. Considering the significance of the topic, the TOPSIS model was used to evaluate investment development factors in sports. This research is divided into two sections. In the initial phase of the research, grounded theory was utilized to explain the phenomenon of sports investment. After conducting eighteen qualitative interviews, the model dimensions of investment in sports include five axes, fourteen categories, and sixty-five concepts. A paradigm has been acquired. In the second part of the study, the TOPSIS method was used to evaluate the state of sports investment in the Islamic Republic of Iran. For this purpose, after preparing the research instrument and having its validity confirmed by five professors, it was distributed and collected by 18 members of the research community. The results of this section's TOPSIS, which were determined by experts in the field of sports economics, indicated that the development of the sociology of sports (Ci 0.81), along with the political infrastructure for the development of investment in sports (Ci 0.26) in the state, is one of the most important reasons for the growth of investment in sports. The development of human resources (Ci 0.65), in the eyes of experts, was the most important strategy during the crisis. Consequently, it can be concluded that the economic and privatization councils in the country's sports, through the presence of main sports and economic managers, the relevant officials, and the situation of sports in developing the country's economy in the plans of the government and the custodial body, in accordance with the identified factors and in line with the improvement of capacities for sports administration, has a positive impact on the country's sports. Long-term plans for the enhancement of critical points should be formulated.

Keywords

Investment, political infrastructure, sports economy, sports sociology, sports potential.

*Corresponding Author: Email: razavismh@gmail.com