

مدیریت ورزشی - تابستان ۱۳۹۲  
شماره ۱۷- صص: ۱۴۷-۱۲۹  
تاریخ دریافت: ۹۰/۰۵/۲۵  
تاریخ تصویب: ۹۰/۱۲/۲۴

## بررسی موانع اقتصادی اثرگذار بر جذب سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت فوتبال جمهوری اسلامی ایران

۱. جواد مرادی چالشتی<sup>۱</sup> - ۲. محمدرضا مرادی - ۳. سهیلا نوروزیان قهفرخی - ۴. اکرم جعفری  
۱. کارشناس ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرکرد<sup>۲</sup>، ۲. استادیار دانشگاه شهرکرد، ۳. کارشناس ارشد دانشگاه  
مازندران، ۴. استادیار دانشگاه آزاد اسلامی شهرکرد

### چکیده

هدف از این تحقیق پرداختن به موانع اقتصادی اثرگذار بر جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی در صنعت فوتبال ایران است. جامعه آماری تحقیق را کلیه مدیران عامل و اعضای هیأت مدیره باشگاه‌های لیگ برتر، اعضای هیأت رئیسه فدراسیون فوتبال و مدیران سابق فوتبال ایران ( $n = 240$ ) تشکیل می‌دهند. ۱۴۸ نفر براساس جدول انتخاب حجم نمونه مورگان به‌عنوان نمونه مشخص، و پرسشنامه محقق‌ساخته ۶۳ سوالی که طی یک مطالعه مقدماتی و به روش دلفی تهیه شد، بین آنها توزیع و جمع‌آوری شد. روایی پرسشنامه را ۱۴ متخصص تأیید کردند و آلفای کرونباخ، پایایی پرسشنامه را  $0.885$  نشان داد. تجزیه و تحلیل آماری یافته‌ها با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی کلوموگروف - اسمیرنوف، همبستگی پیرسون و تحلیل عاملی، صورت پذیرفت. یافته‌ها نشان داد بین عامل اقتصادی و جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی در صنعت فوتبال ایران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و در بین عوامل اثرگذار بر بهبود وضعیت موجود، برحسب مقدار بار عاملی به‌دست‌آمده خصوصی‌سازی و حضور در بازار بورس بیشترین بارعاملی را به‌دست آوردند. براساس یافته‌های تحقیق، موانع اقتصادی اثرگذار بر جذب سرمایه‌گذاری خارجی را به سه دسته کلی می‌توان تقسیم کرد: دسته اول موانعی‌اند که ریشه در ساختار اقتصادی کشور دارند؛ دسته دوم موانعی که ریشه در ساختار صنعت ورزش کشور دارند؛ دسته سوم موانعی که ریشه در ساختار نهادهای فوتبال دارند.

### واژه‌های کلیدی

موانع اقتصادی، سرمایه‌گذاری خارجی، صنعت فوتبال.

## مقدمه

امروزه فوتبال جزء زیباترین و پرطرفدارترین و محبوب‌ترین رویدادهای ورزشی به‌شمار می‌رود (۱). فوتبال پدیده‌ای است که بر بسیاری از مسائل اقتصادی، اجتماعی و حتی سیاسی کشورها اثر می‌گذارد (۱۲). و به‌علت گستردگی فوق‌العاده، تعداد بی‌شمار ورزشکاران و تماشاچیان، سرمایه‌گذاری‌های کلان مالی و پوشش وسیع رسانه‌ای عرصه‌ای بسیار فراتر از دیگر ورزش‌ها کسب کرده است (۱). فوتبال در گذر زمان از رویداد صرف به ورزش درآمدزا تبدیل شده است. به‌گونه‌ای که در کشورهای پیشرفته به‌دلیل رشد در چندین بعد و به‌طور ویژه در ابعاد تجاری و اقتصادی از آن با عنوان صنعت فوتبال یاد می‌شود (۱۵).

تحول ماهیت فوتبال به لحاظ اقتصادی سبب شده تا منافع و مصالح بسیاری برانگیخته شود. در نتیجه دامنه گسترده‌ای از منابع انسان‌یف مادی، پولی، مالی و اعتباری به‌سوی فوتبال روی آورده است. تا زمانی که فوتبال به‌عنوان یک بازی، به یک کسب‌وکار و تجارت بود، ذی‌نفعان دنیای سرمایه، گردانندگان صنعت و خدمات توجه چندانی به آن نشان نمی‌دادند. حال آنکه امروزه چنین نیست. فوتبال به‌عنوان یکی از جایگزین‌های قوی برای سرمایه‌گذاران گوناگون مطرح است (۲۹).

امروزه با تشدید پدیده‌هایی همانند جهانی شدن و تحرک سرمایه و با پیدایش شرکت‌های چندملیتی و سرمایه‌گذاران خارجی در ورزش، صنعت فوتبال نیز دستخوش تغییرات زیادی شده است. این شرکت‌ها با در اختیار داشتن بیش از دو سوم تجارت جهانی نقش اساسی در اقتصاد کشورها دارند (۱۴). اما نه تنها باشگاه‌های فوتبال ایران از حضور و منافع بسیار زیاد سرمایه‌گذاران خارجی بی‌بهره‌اند، بلکه حتی سازمان لیگ برتر فوتبال ایران که مطابق با بند ۲ ماده ۵۸ اساسنامه فدراسیون فوتبال به‌عنوان یک سازمان مجزا و مستقل، متولی برگزاری لیگ حرفه‌ای و انجام کلیه امور مانند امور تجاری و اقتصادی مربوط به آن است نیز از جلب چنین سرمایه‌گذارانی بی‌بهره بوده است. این در حالی است که صنعت فوتبال کشورهای مختلف اروپایی مانند انگلستان و اسپانیا و حتی کشورهای آسیایی مانند ژاپن، توانسته‌اند چنین شرکت‌هایی را جذب کنند و از منافع متنوع و فزاینده نوع روش تأمین منابع مالی بهره‌های فراوانی ببرند. به راستی چرا در ایران با وجود تعریف چنین منبع درآمدی از منابع تأمین‌کننده مالی ورزش در طرح جامع ورزش کشور باز هم صنعت فوتبال ایران از حضور چنین

شرکت‌هایی بی‌نصیب مانده است؟ پاسخ به این پرسش را در چگونگی اثرگذاری متغیرها و عوامل مختلف بر فعالیت‌های یک صنعت و بخش‌های مختلف آن می‌توان جست‌وجو کرد.

بی‌گمان چنانچه سرمایه‌گذاران خارجی بخواهند به‌صورت مستقل یا با مشارکت بخش خصوصی در کشور میزبان فعالیت کنند، تنها در صورت مساعد بودن شرایط، تصمیم به سرمایه‌گذاری می‌گیرند. بر پایه بیشتر نظریات اقتصادی، وضعیت ساختار اقتصادی در مکان‌یابی سرمایه‌گذاری خارجی از متغیرهای بسیار مهم محسوب می‌شود. بر این اساس دو عامل ریسک و بازدهی انتظاری بر انتقال و جابه‌جایی سرمایه بسیار مؤثر است، به‌طوری‌که در هر مکانی که میزان ریسک و خطر سرمایه‌گذاری زیاد باشد، حرکت سرمایه به آنجا کند و در هر مکانی که میزان بازدهی انتظاری سرمایه بیشتر باشد، حرکت سرمایه به آنجا سریع‌تر خواهد بود (۸).

در حقیقت شاخص ریسک هر کشوری نشان می‌دهد که تا چه حد می‌توان به سرمایه‌گذاری در یک کشور و بازگشت اصل و سود آن اعتماد داشت (۱۵). در این زمینه، توایتس و اگویلار<sup>۱</sup> (۱۹۹۸) نشان دادند که حامیان مالی (به‌عنوان نوعی سرمایه‌گذاری خارجی) برای سرمایه‌گذاری و حمایت مالی از رویداد ورزشی، متغیرهای زیادی مانند محیط اقتصادی، مکان سرمایه‌گذارپذیر را بررسی می‌کنند (۲۰).

مرادی<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۰) بین عامل اقتصادی و جذب سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت فوتبال ایران، رابطه مثبت و معناداری را مشاهده کردند (۳۷). اشنایدر و فری<sup>۳</sup> (۱۹۸۵) نشان دادند که جذب سرمایه‌گذاری خارجی به‌شدت تحت تأثیر عامل اقتصادی است (۳۹). دانینگ<sup>۴</sup> (۲۰۰۲) در پژوهشی در زمینه بررسی عوامل تعیین‌کننده جذب سرمایه‌گذاری خارجی از عامل اقتصادی به‌عنوان مهم‌ترین عامل و مؤثر بر این جریان در هر مکانی یاد کرده است (۲۸). هودا<sup>۵</sup> (۲۰۰۱) اصل انتظار از سود حاصل سرمایه‌گذاری را مهم‌ترین عامل اثرگذار بر جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در ورزش دانسته است. وی بیان می‌کند که سرمایه‌گذاران سرمایه‌گذاری در ورزش را قبول نمی‌کنند، مگر اینکه انتظار داشته باشند از گزینه انتخابی آنها نسبت به دیگر گزینه‌های قابل انتخاب، سود بیشتری حاصل شود (۳۲).

1 . Thwaites and Aguilar

2 . Moradi

3 . Schneider and Fray

4 . Dunning

5 . Huda

در بین شاخص‌های مختلف اقتصادی، اندازه بازار و درجه باز بودن اقتصادی، دو عامل مهم اثرگذار بر جذب سرمایه‌گذاری خارجی است. اندازه بازار را می‌توان از طریق مقدار فروش شرکت‌های چندملیتی در آن کشور یا تولید ناخالص داخلی آن کشور اندازه‌گیری کرد. در این بین، هرچه اندازه بازارهای داخلی گسترده‌تر باشد، شرکت‌های داخلی و خارجی بیشتری را در خود جای می‌دهد و شرایط بهتری را برای سرمایه‌گذاری خارجی فراهم می‌کند، زیرا در این صورت شرکت‌های خارجی از فناوری خود با بهره‌وری بیشتر استفاده می‌کنند (۱۴). درجه باز بودن اقتصادی هر کشور بیانگر حجم مبادلات این کشور با دیگر کشورهاست. هرگاه سیاست‌گذاری اقتصادی در کشور مریبان در راستای ایجاد فضای باز و باثبات اقتصادی باشد، میزان ریسک سرمایه‌گذاری کاهش خواهد یافت. و به تبع آن جریان سرمایه‌گذاری خارجی به آن کشور افزایش می‌یابد (۱۶). علاوه بر این، اقتصاد باز نسبت به اقتصاد بسته از شکنندگی کمتری نسبت به عدم تعادل‌های خارجی برخوردار است. در این زمینه کومار و یاپ کو<sup>۱</sup> (۲۰۱۱)، دلایل موفقیت چنین در جذب سرمایه‌های خارجی را اجرای سیاست‌های باز اقتصادی و حاکم کردن اقتصاد بازارمحور می‌دانند (۳۲). اردالند و ناتوگلو<sup>۲</sup> (۲۰۰۲) اندازه بازار داخلی جذابیت کشور میزبان و باز بودن اقتصادی آن را از عوامل مثبت اثرگذار بر جریان سرمایه‌گذاری خارجی و بی‌ثباتی اقتصادی را دارای تأثیر منفی بر جذب آن می‌دانند (۳۰). درگاهی (۱۳۸۵) نیز از شاخص ریسک، اندازه بازار و آزادی اقتصادی به‌عنوان مهم‌ترین متغیرهای اثرگذار بر جذب سرمایه‌گذاری خارجی یاد کرده است (۱۴). واندا و زبرگ<sup>۳</sup> (۲۰۰۲) از عوامل اثرگذار بر جذب زیاد جریان سرمایه‌گذاری خارجی در چین از درجه باز بودن اقتصادی، گستردگی بازار، کیفیت زیرساخت‌ها و سیاست‌های دولت یاد کرده‌اند (۴۱). ساینی<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۱۰) نشان دادند رابطه مثبت و معناداری بین عامل اقتصادی و جذب سرمایه‌گذاری خارجی وجود دارد و کشورهای مختلف می‌توانند با افزایش آزادی و باز بودن اقتصادی به ویژه در بخش خدمات، موجب افزایش روند جذب سرمایه‌گذاری خارجی شوند (۳۸). بوسو و اسرینواسان<sup>۵</sup> (۲۰۰۱) نشان دادند که تلاش‌های مستمر به‌منظور ایجاد ایجاد ثبات اقتصادی در سطح کلان و انجام یک سری اصلاحات ساختاری در بخش‌های کلیدی اقتصاد به موفقیت در جذب سرمایه‌گذاری خارجی خواهد انجامید. علاوه بر این بیان داشتند که با به‌کارگیری یک سری

- 
- 1 . Kumar and Yap Co
  - 2 . Erdaland and Tatoglu
  - 3 . Wanda and Zeberg
  - 4 . Saini
  - 5 . Busu and Srinvasan

سیاست‌های عملیاتی در این زمینه می‌توان بخش خصوصی را برای سرمایه‌گذاری ترغیب کرد (۲۶). بنگوا و سانچز<sup>۱</sup> (۲۰۰۳) نیز نشان دادند که آزادی اقتصادی تأثیر مثبت و معناداری بر روند سرمایه‌گذاری خارجی دارد. به‌گونه‌ای که هرچه ارتباط با بازارهای جهانی بیشتر باشد، جذب سرمایه‌گذاری خارجی روند صعودی بیشتری خواهد داشت. علاوه بر این، بیان داشتند که زیرساخت‌های قوی اقتصادی و ساختار اقتصادی اصلاح‌شده بر تأثیر مثبت و معناداری بر جذب سرمایه‌گذاری خارجی دارد (۲۵). موسا و کارداک<sup>۲</sup> (۲۰۰۶) نشان دادند که کشورهای توسعه‌یافته‌ای که درجه آزادی اقتصادی در آنها بالا و اندازه اقتصاد در آنها بزرگ و میزان ریسک در آنها کم است، در جذب سرمایه‌گذاری خارجی موفق‌تر بوده‌اند. علاوه بر این، تحقیقات آنان نشان داد به‌منظور جذب سرمایه‌گذاران خارجی بیشتر باید تمرکز اساسی سیاست‌های دولت روی ایجاد زیرساخت‌های قانونی، فیزیکی و نهادی در کنار توجه به باز بودن اقتصاد باشد (۳۶). کینیسارین و اندریوز<sup>۳</sup> (۲۰۰۸) از درجه باز بودن اقتصادی، گستردگی بازار و سیاست‌های حمایتی دولت به‌عنوان مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر جذب سرمایه‌گذاری خارجی یاد کرده‌اند (۳۳).

تحقیقات داخلی نیز به‌خوبی نشان می‌دهد که بنا به دلایل مختلفی کشور از آثار مختلف و فراوان سرمایه‌گذاری خارجی بی‌بهره مانده است، به‌نحوی که ورزش نیز از این قاعده مستثنا نبوده است. بنا بر آمار رسمی سازمان تربیت بدنی، ورزش کشور از این منبع تأمین‌کننده مالی، رقم صفر را کسب کرده است (۱۷). حسین‌زاده (۱۳۸۳)، دلایل عدم موفقیت ایران در جذب سرمایه‌گذاران خارجی را ساختار نامناسب اقتصاد کشور، کیفیت نامطلوب قوانین، وجود راه‌های قانونی برای سلب مالکیت خصوصی و محدودیت شدید بر مالکیت و سرمایه خارجی، برخورد دوگانه قانون با سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی و کارآ نبودن دستگاه قضایی می‌داند (۹).

عباسی (۱۳۸۲) از عوامل بسیار اثرگذار به‌منظور افزایش جذب سرمایه‌گذاری خارجی در ایران را افزایش امنیت اقتصادی، اجرای سیاست‌های آزادسازی، خصوصی‌سازی، مشخص کردن جایگاه مالکیت خصوصی و پشتیبانی قوی و بیمه سرمایه‌گذار می‌داند (۱۸).

1 . Bengoa and Sanchez

2 . Moosa and Cardak

3 . Keinisarin and Andrews

احمدی (۱۳۸۶) بیان داشت که علاوه بر عوامل اقتصادی، دیگر شرایط اجتماعی، فرهنگی و اداری کشور بر جذب سرمایه‌گذاری خارجی مؤثر است. در حقیقت جذب سرمایه‌گذاری خارجی را به کل سیستم و ساختارهای اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی جامعه وابسته دانسته است (۲). نجاززاده (۱۳۸۴) بیان داشت در ایران و به دلیل آزادی اقتصادی کم در ساختار اقتصادی آن، جذب سرمایه‌گذاران خارجی با مشکلات عدیده‌ای مواجه بوده است (۲۳). از آنجا که تحقیقات مختلف، در بین شاخص‌های متفاوت، وضعیت اقتصادی، مکان سرمایه‌پذیر را به‌عنوان مهم‌ترین متغیر در جذب سرمایه‌گذاری خارجی بیان داشته‌اند، محقق بر آن شد تا به چرایی عدم حضور سرمایه‌گذاران خارجی در صنعت فوتبال ایران از نظر اقتصادی بپردازد و در این راستا به دنبال پاسخگویی به چند پرسش اساسی باشد. اول اینکه آیا بین وضعیت اقتصادی صنعت فوتبال ایران و جذب سرمایه‌گذاری خارجی رابطه وجود دارد؟ دوم اینکه اگر چنین رابطه‌ای وجود دارد، چه موانعی موجب عدم توسعه‌یافتگی در این زمینه شده است و چه عواملی بیشترین تأثیر را در بهبود شرایط موجود دارند؟

## روش تحقیق

این تحقیق از نظر هدف کاربردی است و از منظر گردآوری داده روش توصیفی - تحلیلی محسوب می‌شود. جامعه آماری تحقیق کلیه مدیران عامل و اعضای هیأت مدیره باشگاه‌های حاضر در لیگ برتر، اعضای هیأت رئیسه فدراسیون فوتبال و مدیران سابق فوتبال ایران ( $n = 240$ ) بود. ۱۴۸ نفر براساس جدول انتخاب حجم نمونه مورگان، به‌عنوان نمونه مشخص و به‌صورت تصادفی پرسشنامه‌ها بین آنها توزیع و جمع‌آوری شد. ابزار اندازه‌گیری تحقیق، پرسشنامه محقق‌ساخته‌ای است که طی مطالعه مقدماتی<sup>۱</sup> به این شرح تهیه شده است. ابتدا محقق با بهره‌گیری از مطالعات کتابخانه‌ای، منابع نظری، بررسی نظرهای صاحب‌نظران و مصاحبه با دست‌اندرکاران اقدام به تهیه پرسشنامه مقدماتی کرد. با استفاده از روش دلفی<sup>۲</sup> و توزیع پرسشنامه بین ۱۲ نفر از متخصصان علم اقتصاد و اقتصاد ورزش و تکرار این کار تا تأمین نظرشان، پرسشنامه نهایی ۶۳ سؤالی آماده و روایی آن اخذ شد. روش آماری آلفای کرونباخ ضریب پایایی پرسشنامه را ۰/۸۸۵ تعیین کرد. گویه‌های این پرسشنامه با استفاده از مقیاس پنج‌ارزشی لیکرت ارزش‌گذاری شد. در ادامه، پس از توزیع و جمع‌آوری

1 . Pilot Study

2 . Delphi Method

پرسشنامه‌ها با استفاده از آزمون آماری کلوموگروف اسمیرنوف مشخص شد داده‌ها طبیعی هستند. به این ترتیب و برای برآورد متغیر ملاک از روی متغیر پیش‌بین از ضریب همبستگی پیرسون و به‌منظور تعیین سهم هر عامل بر جذب سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت فوتبال، از تحلیل عاملی<sup>۱</sup> استفاده شد. تجزیه و تحلیل آماری تحقیق نیز با بهره‌گیری از نرم‌افزار SPSS15 صورت پذیرفت.

### نتایج و یافته‌های تحقیق

اطلاعات جدول ۱ میانگین و انحراف استاندارد متغیرهای تحقیق را نشان می‌دهد. بر این اساس از حداکثر ۵ نمره ممکن، وضعیت اقتصادی صنعت فوتبال از دیدگاه افراد مورد بررسی میانگین ۱/۸۲ و انحراف استاندارد ۰/۵۴ و وضعیت جذب سرمایه‌گذاری خارجی از حداکثر ۵ نمره ممکن، میانگین ۱/۶۵ و انحراف استاندارد ۰/۳۶ را به‌دست آورد.

جدول ۱- توصیف آماری متغیرهای تحقیق

کل افراد (۱۴۸ نفر)		آزمودنی‌ها	
انحراف استاندارد	میانگین		
۰/۵۴	۱/۸۲	وضعیت اقتصادی	پیش‌بین
۰/۳۶	۱/۶۵	جذب سرمایه‌گذاری خارجی	ملاک

باتوجه به نتایج حاصل از آزمون کلوموگروف اسمیرنوف مبنی بر طبیعی بودن توزیع، همبستگی پیرسون برای آزمون فرضیه تحقیق استفاده شد. نتایج نشان داد از دیدگاه افراد مورد بررسی بین وضعیت اقتصادی صنعت فوتبال ایران و جذب سرمایه‌گذاری خارجی در این صنعت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد (جدول ۲).

جدول ۲- ارتباط بین متغیر پیش‌بین و جذب سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت فوتبال ایران

متغیر پیش‌بین	متغیر ملاک	ضریب همبستگی (r)	سطح معنی داری (P)
وضعیت اقتصادی	جذب سرمایه‌گذاری خارجی	۰/۵۷	۰/۰۲۵

برای برآورد میزان اثرگذاری عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذاری خارجی از تحلیل عاملی استفاده شد. براساس یک قاعده تجربی، رتبه‌بندی بارهای عاملی از لحاظ سطح معناداری به ترتیب زیر پیشنهاد شده است (۲۲):

بار عاملی  $0/3$  + سطح معناداری قابل قبول؛ بار عاملی  $0/4$  + سطح معناداری بیشتر قابل قبول؛ بار عاملی  $0/5$  + سطح معناداری بسیار قابل قبول.

از آزمون بارتلت و شاخص KMO برای آزمون تناسب داده‌ها به منظور انجام تحلیل عاملی استفاده شد. در صورتی که آزمون بارتلت معنادار و شاخص KMO که مقدار آن بین صفر و یک در نوسان است، به یک نزدیک‌تر باشد (بیشتر از  $0/70$ ) بیانگر تناسب داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی است. در مورد مقدار محاسبه شده برای آزمون بارتلت نیز به واسطه سطح معناداری توزیع  $X^2$  (کای دو) قضاوت می‌شود (۲۱). مطابق جدول ۳ مقدار KMO،  $0/826$  به دست آمده و مقدار محاسبه شده برای آزمون بارتلت نیز در سطح  $P = 0/0001$  معنادار است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که داده‌ها به منظور تحلیل عاملی از تناسب خوبی برخوردارند.

جدول ۳ - نتایج آزمون بارتلت و KMO عوامل اقتصادی مؤثر بر بهبود جلب سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت فوتبال ایران

شاخص KMO	
۰/۸۲۶	مقدار تقریبی کای دو
۳۸۲/۵۴۹	درجه آزادی
۱۹۵۳	معنی‌داری
۰/۰۰۰۱	

همان‌طور که جدول ۴ نشان می‌دهد، به ترتیب و براساس بار عاملی به دست آمده خصوصی‌سازی، حضور در بازار بورس، ارتقای نشان نهادهای فوتبال، وجود آژانس‌های تخصصی بازاریابی بالاتر از  $0/5$  + و دارای سطح معناداری بسیار قابل قبول هستند، و سیاستگذاری‌های ورزشی، تسهیلات و مشوق‌ها و اطلاع‌رسانی بار عاملی  $0/4$  + و سطح معناداری بیشتر قابل قبول را به دست آوردند.



جدول ۴ - جدول بار عاملی عوامل اقتصادی مؤثر بر بهبود جذب سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت فوتبال ایران

متغیر	بار عاملی
۱ خصوصی‌سازی	۰/۷۳
۲ حضور در بازار بورس	۰/۶۸
۳ ارتقای نشان نهادهای فوتبال	۰/۶۱
۴ وجود آژانس‌های تخصصی بازاریابی	۰/۵۹
۵ سیاست‌گذاری‌های ورزشی	۰/۴۹
۶ تسهیلات و مشوق‌ها	۰/۴۶
۷ اطلاع‌رسانی	۰/۴۲

### بحث و نتیجه‌گیری

نتایج تحقیق نشان داد بین عامل اقتصادی و جذب سرمایه‌گذاری خارجی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. این یافته‌ها با نتایج تحقیقات دیگر محققان همخوانی دارد (۴۰، ۳۸، ۳۷، ۳۶، ۲۸، ۲۷، ۲۴، ۲). انور<sup>۱</sup> (۲۰۱۱) نشان داد بین عامل اقتصادی و جذب سرمایه‌گذاری خارجی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد (۲۴). سایتی و همکاران (۲۰۱۰) نشان دادند بین عامل اقتصادی و جذب سرمایه‌گذاری خارجی رابطه مثبت و مستقیمی وجود دارد. آنان بیان داشتند هرچه درجه آزادی و باز بودن اقتصاد بیشتر باشد، آن اقتصاد در جذب سرمایه‌گذاری خارجی موفق‌تر عمل خواهد کرد (۳۸). موسا و کارداک<sup>۲</sup> (۲۰۰۶) ضمن تأیید این یافته‌ها نشان دادند اگر در کشوری درجه آزادی اقتصادی بالاتر و اندازه اقتصاد بزرگ‌تر و میزان ریسک کمتر باشد، در جذب

1 . Anwar

2 . Moosa and Cardak

سرمایه‌گذاری خارجی موفق‌تر خواهد بود (۳۶). توایتس و آگویلا<sup>۱</sup> (۱۹۹۸) نشان دادند که بین عامل اقتصاد و جذب حامیان مالی (به‌عنوان نوعی سرمایه‌گذاری خارجی) در رویدادهای ورزشی رابطه وجود دارد (۲۰).

بر این اساس و بر پایه نتایج تحقیق، به‌طور کلی می‌توان موانع اقتصادی اثرگذار بر جذب سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت فوتبال ایران را به سه دسته تقسیم کرد: دسته اول موانعی که ریشه در ساختار اقتصادی کشور دارند و به‌طور کلی حرکت سرمایه خارجی به کشور را تحت‌الشعاع خود قرار می‌دهند. این موانع خارج از محیط صنعت فوتبال هستند و نه تنها مدیران فوتبال، بلکه مدیران ستادی و برنامه‌ریزان ورزشی کشور نیز بر آنان توانایی دخل و تصرف ندارند. از این موانع می‌توان به ساختار بسیار شدید دولتی، بالا بودن ریسک سرمایه‌گذاری، اندازه کوچک بازار، درون‌گرایی و عدم تعامل با بازارهای جهانی در اقتصاد کشور را نام برد. مواردی که دیگر محققان در پژوهش‌های خود به آن پرداخته‌اند (۳۴، ۲۷، ۲۶، ۲۵، ۱۹، ۴، ۳). کومار و پاپ کو (۲۰۱۱)، از دلایل موفقیت چین در جذب سرمایه‌های داخلی و خارجی را انجام اصلاحاتی در اقتصاد این کشور، اجرای سیاست‌های باز اقتصادی و حاکم کردن اقتصاد بازارمحور در این کشور در سال‌های اخیر برشمرده‌اند (۳۴). چاکرابورتی و نوننکامپ<sup>۲</sup> (۲۰۰۶) ناشن دادند به‌دلیل وجود مشکلات عدیده اقتصادی در هند این کشور از جذب سرمایه‌گذاری خارجی بی‌بهره مانده است. آنان بیان داشتند با انجام اصلاحاتی در ساختار اقتصادی، می‌توان جذب سرمایه‌گذاران خارجی را مضاعف کرد (۲۷). بوسو و اسرینواسان<sup>۳</sup> (۲۰۰۱) نشان دادند که تلاش‌های مستمر به‌منظور ایجاد ثبات اقتصادی در سطح کلان و انجام یک‌سری اصلاحات ساختاری در بخش‌های کلیدی اقتصاد به موفقیت در جذب سرمایه‌گذاری خارجی خواهد انجامید (۲۶). اکبری (۱۳۸۶) نیز از گستردگی بازار، تسهیلات و تمهیدات، نیروی انسانی آموزش‌دیده و متخصص و وجود شبکه اطلاع‌رسانی گسترده به‌عنوان مهم‌ترین عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذاری خارجی یاد کرده است. وی در پایان بیان داشته است که هرچه اطلاعات مربوط به جهت‌گیری حکومت و جامعه به سمت سرمایه خارجی و به محدودیت انتقال سرمایه کمتر و محیط شفاف‌تر و دسترسی به اطلاعات آسان‌تر باشد، اعتماد سرمایه‌گذاران خارجی بیشتر جلب می‌شود و جذب سرمایه‌گذاری خارجی افزایش بیشتری می‌یابد (۳). الهی (۱۳۸۶)، از جمله موانع اثرگذار بر عدم جذب مناسب

1 . Thwaities and Aguilar

2 . Chakraborty and Nunnenkamp

3 . Busu and Srinvasan

حامیان مالی (به‌عنوان نوعی سرمایه‌گذاری خارجی) در صنعت فوتبال ایران را فقدان نظام باز اقتصادی، عدم تعامل اقتصادی، درون‌گرایی اقتصاد کشور، مالکیت دولتی و در نتیجه فقدان ساختار رقابتی در اقتصاد کشور دانسته است (۴). گیلانی‌پور (۱۳۸۱) نشان داد که با انجام اصلاحات ساختاری در ایران و با برطرف کردن مقررات دست‌وپاگیر، کاهش بوروکراسی و آزادسازی اقتصادی و تجاری می‌توان روند جذب سرمایه‌گذاری خارجی را تسریع کرد. وی بیان داشت که اگر سیاست‌های سازگار با فعالیت شرکت‌های چندملیتی وضع شود، شانس جذب سرمایه‌گذاری خارجی چند برابر می‌شود (۱۹).

بی‌شک در صورتی که سیاست‌گذاری‌های اقتصادی در راستای ایجاد فضای باز و مبتنی بر آزادسازی اقتصادی به‌منظور دستیابی به بازارهای جدید، سرمایه‌های خارجی و فناوری نوین تعریف شود و اقداماتی در راستای افزایش ثبات اقتصادی صورت پذیرد، ریسک سرمایه‌گذاری کاهش خواهد یافت و به تبع آن، جریان سرمایه‌گذاری خارجی در کشور افزایش خواهد یافت. از این‌رو تا زمانی که موانع مذکور در ساختار اقتصادی کشور وجود داشته باشد، صنعت فوتبال نیز مانند دیگر صنایع متأثر از چنین فضایی خواهد بود و کل نظام اقتصادی کشور از تأثیرات فزاینده سرمایه‌گذاری‌های خارجی بی‌بهره خواهد ماند. در این راستا باید هرچه سریع‌تر اقتصاد کشور با مالکیت دولتی خداحافظی کند و انحصارها را بشکند و به دنبال ایجاد فضای رقابتی بر آن باشد. مواردی که دیگر محققان به آن اشاره داشته‌اند (۳۷، ۴).

دسته دوم موانع ناشی از سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی مراکز و کانون‌های تصمیم‌ساز برای ورزش کشور هستند. رفع چنین موانعی به تعریف یا بازتعریف در سیاست‌گذاری‌های ورزشی وضع‌شده از سوی مراکز تصمیم‌ساز در این حوزه مانند شورای سازمان تربیت بدنی، سازمان تربیت بدنی و فدراسیون فوتبال نیاز دارند و همکاری و هماهنگی بین‌بخشی و بین‌نهادی، سازمان‌های تصمیم‌ساز در صنعت فوتبال را طلب می‌کند. مواردی که دیگر محققان در پژوهش‌های خود به آن پرداخته‌اند (۳۷، ۳۲، ۲۰، ۴). هودا (۲۰۰۱) نشان داد با در نظر گرفتن سیاست‌ها و برنامه‌ریزی مناسب ورزشی، محیط حقوقی مناسب و در نظر گرفتن مشوق‌ها، بخشودگی مالیاتی و تسهیلات مناسب می‌توان شرایط را برای جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در ورزش فراهم کرد (۳۲). مرادی و همکاران (۲۰۱۰) نشان دادند وجود یک دسته موانع که در ارتباط با کانون‌ها، سازمان‌ها و نهادهای تصمیم‌ساز برای ورزش کشور هستند، موجب عدم جذب سرمایه‌گذار خارجی در صنعت فوتبال کشور

شده است (۳۷). سازمانه الهی (۱۳۸۶)، از جمله موانع اثرگذار در عدم جذب مناسب حامیان مالی (به‌عنوان نوعی سرمایه‌گذاری خارجی) در صنعت فوتبال ایران را موانعی دانسته که رفع آنها، به همکاری و هماهنگی بین‌بخشی و بین‌سازمانی از جمله سازمان‌های ذی‌ربط فوتبال با سازمان تربیت بدنی و سازمان خصوصی‌سازی نیاز دارد (۴). محمد کاظمی (۱۳۸۶) در تحقیق خود و در بررسی وضعیت بازاریابی (به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های بسیار اثرگذار بر جذب سرمایه‌گذاری خارجی) در فوتبال ایران نتیجه گرفت که بهبود وضعیت در بسیاری از مؤلفه‌های عناصر بازاریابی در فوتبال ایران از عهده باشگاه‌ها، سازمان لیگ و حتی فدراسیون فوتبال به‌تنهایی خارج بوده و به همکاری و هماهنگی میان تمامی نهادها و بخش‌های مربوط که هر یک به نوعی در فوتبال درگیرند، نیاز دارد (۲۰).

براساس یافته‌های تحقیق و از آنجا که در نظر گرفتن تسهیلات و مشوق‌ها یکی از مهم‌ترین موارد اثرگذار بر بهبود جذب سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت فوتبال کشور است و از آنجا که فراهم کردن چنین تسهیلات و مشوق‌هایی نیازمند در نظر گرفتن قوانین، مقررات و تسهیلات حقوقی مناسب در این زمینه است (۳۱، ۲۱)، پیشنهاد می‌شود سیاست‌گذاری‌ها و بسترسازی حقوقی و قانونی مناسبی از سوی برنامه‌ریزان ورزش کشور صورت پذیرد و حضور سرمایه‌گذاران خارجی در صنعت ورزش کشور را صرف به‌کار بردن یک کلمه در طرح جامع ورزش نکنند. برای مثال باید در این زمینه سیاست‌های کاملاً سازگار با فعالیت‌های شرکت‌های چندملیتی وضع شود. علاوه بر این امتیازات و تسهیلات ویژه‌ای برای سرمایه‌گذاران به‌عنوان مشوق در نظر گرفته شود و اطلاع‌رسانی گسترده، شفاف و صریح در این زمینه صورت پذیرد. مواردی که دیگر محققان نیز به آن اشاره داشته‌اند (۳۵، ۳۲، ۳۱). هوانگ<sup>۱</sup> (۲۰۰۶) بیان داشت از راه‌های حفظ و ارتقای وضعیت فعلی اقتصادی در صنعت ورزش چین، افزایش تسهیلات و مشوق‌های در نظر گرفته‌شده از سوی دولت برای سرمایه‌گذاران و افزایش همکاری با شرکت‌های خارجی برای سرمایه‌گذاری است (۳۱).

دسته سوم موانع، ریشه در ساختار نهادهای فوتبال دارد که برطرف کردن چنین موانعی نیازمند تعریف و تغییراتی در برنامه‌ریزی‌های راهبردی و عملیاتی، رفع کاستی‌ها و انجام اصلاحات اقتصادی، مالی، حقوقی و قانونی در نهادهای صنعت فوتبال کشور است. در این زمینه می‌توان به دولتی بودن شدید باشگاه‌های فوتبال،

عدم حضور باشگاه‌ها در بازار بورس، کوچک بودن اندازه بازار صنعت فوتبال ایران، پایین بودن اعتبار نشان نهادهای فوتبال، اطلاع‌رسانی ضعیف، کمبود آژانس‌های تخصصی بازاریابی و متخصصان، انسانی در صنعت فوتبال کشور اشاره کرد. مواردی که دیگر محققان نیز به آن اشاره کرده‌اند (۳۷، ۲۱، ۲۰، ۱۰، ۷، ۵، ۴). خبیری و همکاران (۱۳۸۳) نشان دادند باشگاه‌های ایران در هیچ یک از حیطة‌های ششگانه مورد بررسی (مانند وضعیت مالی و معیارهای حقوقی) نتوانستند حداقل‌های یوفا را دارا باشند و حتی در بعضی حیطة‌ها، خلاء بسیار زیادی را بین وضعیت باشگاه‌های حرفه‌ای ایران و معیارهای یوفا مشاهده کردند (۱۰). الهی (۱۳۸۶) از جمله موانع اثرگذار بر عدم جذب مناسب حامیان مالی (به‌عنوان نوعی سرمایه‌گذاری خارجی) در صنعت فوتبال ایران را موانعی می‌داند که رفع آنها نیازمند همکاری و هماهنگی بین‌بخشی و بین‌سازمانی است. فقدان نظام باز اقتصادی کشور، بالا بودن ریسک سرمایه‌گذاری در صنعت فوتبال و دولتی بودن باشگاه‌های فوتبال است (۴). محمد کاظمی (۱۳۸۶) در بررسی وضعیت بازاریابی در فوتبال ایران مهم‌ترین مؤلفه‌ای را که موجب تفاوت بسیار زیاد در وضعیت موجود یا وضعیت مطلوب در عنصر محصول شده است، عدم واگذاری سهام باشگاه‌ها به عموم مردم دانسته است (۲۰). به‌نظر می‌رسد این مسئله ناشی از عملکرد ضعیف اقتصادی و مالی نهادهای فوتبال باشد، مواردی که محققان دیگر مانند خبیری و همکاران (۱۳۸۳) و الهی (۱۳۸۳) نیز به آن اشاره داشته‌اند (۱۰، ۵). خبیری و همکاران (۱۳۸۳) در حیطة وضعیت مالی بین باشگاه‌های جام آزادگان، لیگ حرفه‌ای و منتخب خارجی با حداقل‌های یوفا تفاوت مشاهده کردند (۱۰). الهی (۱۳۸۳) نیز عملکرد ضعیف مالی و اقتصادی سازمان لیگ حرفه‌ای ایران در قیاس با سازمان لیگ حرفه‌ای ژاپن را نشان داد (۵). یافته‌های تحقیق نشان داد که هرچه تسهیلات و مشوق‌ها برای سرمایه‌گذاران در صنعت فوتبال بیشتر باشد، سرمایه‌گذاری زیادتری را به طرف خود جذب خواهد کرد. این نتایج با یافته‌های دیگر محققان مبنی بر اینکه جذب سرمایه‌گذاری خارجی متأثر از تسهیلات و مشوق‌های در نظر گرفته شده برای آنهاست، همخوانی دارد (۳۲، ۳۱، ۱۱، ۶). هوانگ (۲۰۰۶) در تحقیق خود بیان داشت از راه‌های حفظ و ارتقای وضعیت فعلی اقتصادی در صنعت ورزش چین، افزایش تسهیلات و مشوق‌های در نظر گرفته شده از سوی دولت برای سرمایه‌گذاران و افزایش همکاری با شرکت‌های خارجی برای سرمایه‌گذاری است (۳۱). ایزدی (۱۳۸۱)، نیز بیان داشت از موارد مؤثر در جذب حامیان مالی در فوتبال در نظر گرفتن تسهیلات برای این شرکت‌هاست. این در حالی است که دولت، فدراسیون فوتبال و صدا و سیما هیچ‌گونه تسهیلاتی را برای شرکت‌های حامی مالی در فوتبال ایران در نظر نگرفته‌اند (۶).

در حیطه عوامل اطلاع‌رسانی و بازاریابی یافته‌های تحقیق نشان داد هرچه اطلاع‌رسانی، بازاریابی و رعایت قانون کپی رایت بیشتر باشد، جذب سرمایه‌گذاری خارجی بیشتر خواهد شد. این نتایج با یافته‌های دیگر محققان همخوانی دارد (۳۱، ۱۳، ۱۱). تحقیقات آنان نشان داد که جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی متأثر از اطلاع‌رسانی روشن و شفاف، رعایت حقوق ثبت، علائم تجاری و کپی رایت در سازمان‌های ورزشی است. ضمن اینکه در این فرایند نیروی انسانی متخصص و باتجربه نقش بسیار اساسی در این زمینه دارد. علاوه بر این یافته‌های تحقیق با نتایج پژوهش الهی (۱۳۸۶)، مبنی بر اثرپذیری جذب حامیان مالی در صنعت فوتبال ایران از اطلاع‌رسانی و بازاریابی گسترده در صنعت فوتبال همخوانی دارد (۴).

مطابق یافته‌های تحقیق حاضر، به‌منظور رفع موانع اقتصادی اثرگذار بر جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی در صنعت فوتبال ایران باید اصلاحاتی در نهادهای صنعت فوتبال ایران صورت گیرد. پیشنهاد می‌شود چنین اصلاحاتی از واحدهای سازنده صنعت فوتبال که همانا باشگاه‌های فوتبال هستند، شروع شود و برنامه‌ریزی‌های راهبردی و عملیاتی معین برابر با استانداردهای تعریف‌شده برای آنها مشخص و لازم‌الاجرا شود و با توجه به موارد قانونی (اصل ۴۴ قانون اساسی و بند ۱۱۷ قانون برنامه چهارم توسعه) با به‌کارگیری برنامه‌هایی برابر با استانداردهای تعریف‌شده زمینه برای نوع جدید باشگاه‌داری مرسوم‌شده در فوتبال روز دنیا (ثبت تجاری و اداره شرکتی) فراهم شود تا باشگاه‌ها در ادامه بتوانند آسان‌تر وارد بازار بورس شده و در نتیجه زمینه‌ساز جذب انواع سرمایه‌گذاران شوند. در صورت به‌کارگیری چنین روندی خواه ناخواه تعداد باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال افزایش خواهد یافت که ماحصل آن، افزایش بازار صنعت فوتبال خواهد بود.

شایان ذکر است که سازمان لیگ فوتبال ایران نیز باید همانند سازمان لیگ کشورهایی مانند ژاپن دست به تأسیس شرکت‌های وابسته به خود همچون شرکت «سرمایه‌گذاری و اقتصادی» بزند تا از این راه امور مربوط به تبلیغات، فروش تولیدات تجاری و بازرگانی و جذب منابع مالی خود را ساماندهی کرده و زمینه حضور انواع سرمایه‌گذاری را فراهم کند. ضمن اینکه می‌توان با اقداماتی همچون مدیریت مؤثر بازاریابی، به‌کارگیری روش‌هایی به‌منظور ارتقای نشان نهادهای فوتبال، ایجاد آژانس‌های تخصصی بازاریابی، تدوین قوانینی که تضمین‌کننده حقوقی کپی رایت باشد و در نظر گرفتن مشوق‌های ویژه برای سرمایه‌گذاران زمینه جذب انواع سرمایه‌گذاران در صنعت فوتبال کشور را فراهم ساخت. مواردی که دیگر محققان نیز به آن اشاره داشته‌اند (۲۰، ۴).

در پایان می‌توان نتیجه گرفت از آنجا که خصوصی‌سازی مقدمه‌ای برای جذب سرمایه‌گذاری خارجی است و تقریباً کل ساختار فوتبال کشور دولتی است، ضرورت دارد کلیه مدیران و برنامه‌ریزان مربوط به طور ویژه به مؤلفه خصوصی‌سازی به‌منظور جذب انواع سرمایه‌گذاران و شرکت‌های فراملیتی در صنعت فوتبال کشور بپردازند.

### منابع و مأخذ

۱. احمدی، سیروس. (۱۳۸۶). "بررسی آثار نتایج تیم ملی فوتبال ایران در جام جهانی (۲۰۰۶) بر هویت ملی شهروندان". نشریه المپیک، شماره ۳۷، صص ۹۶ - ۸۵.
۲. احمدی حدید، بهروز. (۱۳۸۶). "عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی با تأکید بر امنیت اقتصادی". پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، رشته اقتصاد، دانشکده اقتصاد، دانشگاه تهران.
۳. اکبری، سمیه. (۱۳۸۶). "اثرات فرایند جهانی شدن بر سرمایه‌گذاری خارجی در ایران". پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد رشته اقتصاد، دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران.
۴. الهی، علیرضا. (۱۳۸۶). "موانع و راهکارهای توسعه اقتصادی صنعت فوتبال". رساله دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تهران.
۵. الهی، علیرضا. (۱۳۸۳). "بررسی عملکرد سازمان لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران و مقایسه آن با سازمان لیگ ژاپن". پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد رشته تربیت بدنی، دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تهران.
۶. ایزدی، علیرضا. (۱۳۸۳). "توصیف عوامل مؤثر بر جذب اسپانسرشیپ شرکت‌های اسپانسر فوتبال حرفه‌ای ایران". پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تربیت معلم تهران.
۷. ایوانکوویچ، برانکو. (۱۳۸۱). "تجزیه و تحلیل وضعیت فوتبال ایران". تهران، مجموعه مقالات ارائه شده در اولین سمینار علم و فوتبال.
۸. بهکیش، محمدمهدی. (۱۳۸۵). "اقتصاد ایران در بستر جهانی شدن". چاپ چهارم، تهران، نشر نی، ص ۵۳.

۹. حسین زاده بحرینی، محمدحسین. (۱۳۸۳). "عوامل مؤثر بر امنیت سرمایه‌گذاری در ایران". جستارهای اقتصادی، شماره ۲، صص ۸۴ - ۶۳.
۱۰. خبیری، محمد. غفاری، حسین. الهی، علیرضا. (۱۳۸۳). "مقایسه وضعیت باشگاه‌های لیگ حرفه‌ای جمهوری اسلامی ایران با معیارهای یوفا و باشگاه‌های منتخب از کشورهای ژاپن". ترکیه، امارات و کره جنوبی، گزارش پژوهشی، پژوهشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی.
۱۱. دادگان، محمدحسین. دانشجو، عبدالرسول. (۱۳۸۷). "بررسی تعداد پاس‌های رد و بدل شده قبل از رسیدن به گل در چهار دوره لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران". نشریه المپیک، شماره ۴۴، صص ۴۸ - ۳۹.
۱۲. دادگان، محمدحسین. دانشجو، عبدالرسول. (۱۳۸۴). "نهیة نورم‌های آمادگی مهارتی و استعدادسنجی تکنیکی فوتبال ویژه بازیکنان ۱۲ و ۱۳ ساله مدرسه‌های فوتبال". نشریه المپیک، شماره ۲۹، صص ۷۷ - ۶۷.
۱۳. داودی، پرویز. شاهمرادی، اکبر. (۱۳۸۳). "بازشناسی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (FDI) در اقتصاد ایران و ۴۶ کشور جهان در چارچوب یک الگوی تلفیقی". پژوهش‌های اقتصادی ایران، شماره ۲۰، ۱۱۳ - ۸۱.
۱۴. درگاهی، حسن. (۱۳۸۵). "عوامل مؤثر بر توسعه سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، درس‌هایی برای اقتصاد ایران". نشریه شریف، شماره ۳۶، صص ۷۳ - ۵۷.
۱۵. رهبر، فرهاد. (۱۳۸۶). "موانع سرمایه‌گذاری و تأثیر آن بر رشد اقتصادی در ایران". فصلنامه تحقیقات اقتصادی، شماره ۸۱، صص ۱۳۸ - ۱۱۱.
۱۶. زارع، محمدحسن. (۱۳۸۵). "سرمایه‌گذاری خارجی و سازمان تجارت جهانی با نگاهی به وضعیت ایران". تهران، شرکت چاپ و نشر بازرگانی وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ص ۱۲۵.
۱۷. سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران. (۱۳۸۴). "مطالعات تفصیلی توسعه منابع مالی". چاپ اول، تهران، انتشارات سیب سبز.



۱۸. عباسی، منصور. (۱۳۸۲). "بررسی و تبیین عوامل مؤثر بر جلب سرمایه‌های مستقیم خارجی و موانع آن در ایران". پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته اقتصاد، دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران.

۱۹. گیلانی پور، جواد. (۱۳۸۱). "بررسی راهکار اجرایی در جذب سرمایه‌گذاری‌های مستقیم خارجی با تأکید بر نقش گمرک در ایران". پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته اقتصاد، دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران.

۲۰. محمدکاظمی، رضا. (۱۳۸۶). "توصیف عناصر آمیخته بازاریابی در صنعت فوتبال ایران و مقایسه آن با کره جنوبی و ژاپن و ارائه الگوی مناسب". رساله دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه تربیت معلم تهران، دانشکده تربیت بدنی.

۲۱. مرادی چالشتی، جواد. مرادی چالشتی، محمدرضا. صابونچی، رضا. فروغی پور، حمید. (۱۳۹۰). "بررسی موانع حقوقی - قانونی اثرگذار بر جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی در صنعت فوتبال جمهوری اسلامی ایران". مجموعه مقالات دومین همایش ملی - تخصصی مدیریت ورزشی، دانشگاه صنعتی شاهرود.

۲۲. منصورفر، کریم. (۱۳۸۵). "روش‌های پیشرفته آماری". چاپ اول، جلد دوم، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، ص ۳۰۳.

۲۳. نجارزاده، رضا. (۱۳۸۴). "بررسی تأثیر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر رشد اقتصادی با تأکید بر کشورهای صادرکننده نفت". پژوهش‌های اقتصادی ایران، شماره ۲۳، ص ۱۶۴ - ۱۴۷.

24. Anwar, Sajid. Sun, Sizhong (2011). "Financial development, foreign investment and economic growth in Malaysia". *Journal of Asian Economics*, 22: 4, PP:335-342.

25. Bengoa, M., Sanchez - Robles, B. (2003). "Foreign direct investment economic freedom and growth: new evidence from latin America". *European Journal of Political Economy*. 19, PP:529-545.

26. Basu, A. and Srinivasan, K. (2002). "Foreign direct investment in Africa". *Some case studies ... missing markets: some paradoxes explained*. *The Economic Journal*, 101 (409): PP:1400-417.

27. Chakrabortu, Ch. Nunnenkamp, P. (2006). "Economic reforms, foreign direct investment and its economic effects in India". *The kiel institute for the world economy, working pager, No. 1272.*

28. Dunning, J. H. (2002). "Determinants of foreign direct investment: globalizatoin induced changes and the role of FDI policies". *Paper presented at the annual bank conference on development economics in europe, Oslo, Mimeo.*

29. Edmans, A. Diego Garcia and Norli Qyvind (2005). "Football and stock returns". *Paper prepared for the 32<sup>nd</sup> annual meeting of the european finance association, Moscow.*

30. Erdaland, F., Tatoglu, E. (2002). "Locational determinants of foreign direct investment in an emerging market economy: evidence from Turkey". *multinational business review, 10. PP:192-196.*

31. Huang, Yu (2006). "An analysis of sport business in the great China region from a strategic perspective". *International journal of sport management and marketing. 4, PP:349-358.*

32. Huda, H. Al-Khaja, (2001). "Investors opinons about sports marketing in Bahrain". *The Sport Journal, 44. PP:124-140.*

33. Kenisarin, Murat. M. Andrews, Philip (2008). "Foregin direct investment in countreis of the former Soviet Union: relationship to goverance, economic freedom and corruption perception". *Communist and Post – Communist Studies, 41: 3. PP:301-316.*

34. Kumar, Bhaumik. Sumon; Yap co; Catherine (2011). "China's economic cooperation related investemtn: an investigation of its direction and some implications for outward investment". *China Economic Review, 22: 1. PP:75-87.*

35. Lim, B. J., Rho, H. D., Kim, T. J., Chung, U.K. Kang, S. Park, J. K. (1994). "Priorities of financial investments in Mass sport in Korea". *Journal of Sport Management. 8(1),PP:57-62.*

36. Moosa, I. A., Cardak, B. A. (2006). "The determinants of foregin direct investment: an extreme bounds andlysis". In *Journal of Multinational Financial Management*. 16, PP:199-211.
37. Moradi, Chaleshtori, Javad. Saboonchi, Reza. Moradi Chaleshtori, Mohammad Reza. Jafari, Akram. (2010). "The role of economical factors on foreign investments attraction in Iran's football industry". 15<sup>th</sup> European College of Sport Science, Turkey.
38. Saini, Azman. Zubaidi, Baharumshan. Ahmad. Hook Law, Siong (2010). "Foreign direct investment, economic freedom and economic growth": international evidence, economic modelling. 27: 5, PP:1079-1089.
39. Schneider, F. and Fray, B. (1985). "Economic and political determinants of foreign direct investment". *World development report*, 13, PP:161-175.
40. Thwaites, D. Aguilar – Manjar Rez, R. Kidd, C. (1998). "Sports sponsorship development in leading Canadian compainies: issues and trends". *International Journal of Advertising*. 17. 17(1), PP:29-49.
41. Wanda, Teseng and Zeberg, S Harm. (2003). "Foreign direct investment in China: some lessons for other countreis". *International Monetary Fund Policy Discussion Paper*.