

مدیریت ورزشی _ پاییز ۱۳۹۹
دوره ۱۲، شماره ۳، ص: ۷۸۸-۷۵۹
تاریخ دریافت: ۹۸ / ۰۶ / ۱۷
تاریخ پذیرش: ۹۸ / ۰۸ / ۲۲

مدل پارادیمی توسعه سرمایه‌گذاری در ورزش

ابوالفضل امامی^۱ - فرشاد امامی^۲ - مصطفی افشاری^۳

۱. دانشجوی دکتری گروه مدیریت ورزشی، واحد آیت‌الله آملی، دانشگاه آزاد اسلامی، آمل، ایران، ۲. استادیار گروه مدیریت ورزشی، واحد آیت‌الله آملی، دانشگاه آزاد اسلامی، آمل، ایران، ۳. استادیار گروه مدیریت ورزشی، پژوهشکده مدیریت ورزشی، پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران، ایران

چکیده

پژوهش حاضر با هدف ارائه الگوی توسعه سرمایه‌گذاری در ورزش ایران اجرا شده است. روش تحقیق کیفی است و با استفاده از نظریه داده‌بنیاد انجام گرفت. جامعه آماری پژوهش شامل افراد دارای سابقه مدیریت در سطوح مختلف ورزش کشور، استادان مدیریت ورزشی دانشگاه‌های کشور، و خبرنگاران و فعالان حوزه اقتصاد ورزشی بودند. ۱۵ نفر برای انجام مصاحبه با بهره‌گیری از تکنیک‌های هدفمند نظری و گلوله‌برفی انتخاب شدند. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، از کدگذاری باز، محوری و گزینشی استفاده شد. نتایج نشان داد که از جمله عوامل علی توسعه سرمایه‌گذاری، ایجاد شرایط مناسب برای سرمایه‌گذاران ورزشی، توسعه مشارکت حداکثری مردم و اقشار مختلف، ارائه خدمات مناسب برای مشتریان ورزشی و شرایط مساعد برای جذابیت ورزش است. عوامل زمینه‌ای، شامل کیفیت انواع ورزش، رسانه فعال و مشوق‌ها بود. از جمله عوامل مداخله‌گر، مدیریت دولتی، قوانین دست‌وپاگیر، محیط سیاسی قانونی و زیرساخت‌های اجرایی است. همچنین راهبردها شامل فراهم کردن سود سرمایه‌گذار، توسعه بازاریابی، ایجاد سازوکار اقتصادی و ثبات و قدرت اقتصادی و پیامدهای حاصل از آن همگانی شدن ورزش، افزایش تعداد تماشاچیان، افزایش تعداد سرمایه‌گذاران، ایجاد ظرفیت‌ها و شاخص‌های اقتصادی و شرایط مساعد ورزش کشور بود. این مدل، چارچوبی مناسب و بومی برای مطالعات در این حوزه است و به‌عنوان مقدمه‌ای به‌منظور سرمایه‌گذاری ورزش در ایران می‌تواند مبنای عمل قرار گیرد.

واژه‌های کلیدی

ثبات اقتصادی، سرمایه‌گذاری، عوامل مدیریتی، عوامل سیاسی قانونی، عوامل اقتصادی.

مقدمه

از مهم‌ترین شاخصه‌های توسعه و پیشرفت واقعی کشورها، ورزش است. موفقیت در عرصه ورزش، توجه مدیران و دست‌اندرکاران ورزش را بیش از پیش به خود جلب کرده است (۱). همچنین ورزش از تفنن صرف به صنعتی پررونق تبدیل شده و حجم زیادی از سرمایه‌گذاری‌ها را در خود جای داده است (۲). در حال حاضر ورزش به‌عنوان صنعتی پولساز مطرح است که به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم اقتصاد کشورها را دستخوش تغییراتی می‌کند و به رشد اقتصادی بالاتر منجر می‌شود. سرمایه‌گذاری یکی از الزامات مهم برای رشد اقتصادی پایدار و دستیابی به اهداف توسعه اقتصادی است. بسیاری از اقتصاددانان معتقدند یکی از وظایف مهم دولت‌ها ایجاد شرایط ایمن از لحاظ اقتصادی، سیاسی و اجتماعی برای بخش خصوصی در جهت سرمایه‌گذاری مولد است (۳). در پی سرمایه‌گذاری در ورزش میزان اشتغال مستقیم و نیز امکان جذب درآمد از طریق برگزاری مسابقات بین‌المللی، جذب گردشگران و سطح سلامت و بهداشت جسمی و روانی جامعه افزایش می‌یابد (۲). تخمین زده شده است که ارزش مالی صنعت ورزش در آمریکا دو برابر صنعت اتومبیل و هفت برابر صنعت سینمای آن و در حال حاضر ۴۷۰ بیلیون دلار برآورد شده است (۴). از سوی دیگر میزان سرمایه‌گذاری دولت در بخش ورزش متناسب با رشد و جمعیت جامعه و متقاضیان ورزش نیست و چنانچه همین روند در آینده ادامه یابد، میزان کمبودها بیشتر آشکار می‌شود (۶، ۵، ۴، ۲). به‌طوری‌که سهم ورزش در اقتصاد ملی رابطه‌ای مستقیم با میزان سرمایه‌گذاری در آن دارد که در وضعیت حاضر در کشور ما میزان آن در مقایسه با کشورهای توسعه‌یافته اندک است. در کشورهای ایتالیا، انگلستان و آلمان نسبت اقتصاد ورزش به تولید ناخالص داخلی به‌ترتیب ۱/۷، ۲ و ۱/۴ درصد و برای ایران ۳۸ صدم درصد گزارش شده است (۷). توسعه سرمایه‌گذاری از یک سو موجب جذب سرمایه‌های غیرکارا و هدایت آنها به بخش‌های مولد اقتصادی شده و از سوی دیگر با توجه به جهت‌گیری سرمایه‌گذاران، سرمایه‌گذاری‌ها در صنایعی هدایت خواهند شد که از سود بیشتر یا ریسک کمتری برخوردارند و این امر موجب تخصیص بهینه در منابع خواهد شد (۸). کمبود سرمایه‌گذاری و کمبود امکانات ورزشی در کشور ما واقعیتی انکارناپذیر است. تعداد تأسیسات ورزشی ایمن، باکیفیت و براساس استانداردهای برگزاری مسابقات و رویدادهای ورزشی بین‌المللی به عدد انگشتان یک دست نیز نمی‌رسد (۹). به‌طور کلی سرمایه‌گذاری در ورزش کشور و اجرای راهکارهای پیش‌بینی‌شده روند مطلوبی در تربیت بدنی و ورزش کشور نداشته و در جهت تولید وسایل و خدمات ورزشی سرمایه‌گذاری شایان توجهی انجام نگرفته است (۵). امروزه در اقتصاد ورزش دنیا بالغ بر ۶۰۰ میلیارد یورو گردش پولی وجود دارد و به‌عنوان نمونه در فوتبال به‌تنهایی بالغ بر

۳۳ تا ۳۵ میلیارد یورو گردش پولی انجام می‌گیرد. باید بپرسید سهم ایران در اقتصاد جهانی ورزش تا چه حد است؟! بی‌شک ما سهمی نخواهیم داشت؛ چراکه ورزش ما به سمت اقتصادی شدن، اشتغال و... پیش نرفته است، چراکه مسئولان سیاسی کشور و مجریان کشور اعتقادی به این بخش از اقتصاد (ورزش) ندارند و خود و جامعه بزرگ ایران را از چنین منابع درآمدی و منابع ایجاد شغل محروم کرده‌اند و نکته دیگر برای محقق کردن این مهم در کشور، به سمت تربیت مدیرانی متخصص، کارآمد و با نگاهی حرفه‌ای نرفته‌اند و کاری انجام نگرفته است و همچنان کل ورزش کشور در اختیار افرادی قرار گرفته است که به‌طور حیاتی، ناکارآمد و آماتوری حرکت می‌کنند (۳). 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 و فدراسیون‌ها باید به تدوین سیاست درآمدزایی خود بپردازند، سیاستی در جهت متقاعد کردن تأمین‌کنندگان منابع مالی. در نتیجه این موضوع نشان‌دهنده نقش مهم بازاریابی و سرمایه‌گذاری به‌عنوان یکی از روش‌های مهم در تعیین منابع مالی است (۱۰).

سرمایه‌گذاری نقش مهم و کلیدی در رشد و توسعه اقتصادی ایفا می‌کند. تجربه کشورهای توسعه‌یافته نشان می‌دهد که توسعه سرمایه‌گذاری از عوامل اصلی رشد و توسعه اقتصادی آنها بوده است (۱۱). همچنین مطالعات زیادی ارتباط رشد و توسعه اقتصادی و سرمایه‌گذاری را نشان داده‌اند. در این زمینه هانس و گوتیر^۱ (۱۹۹۲) معتقدند که مهم‌ترین عامل در رونق و جذب سرمایه‌گذاری در ورزش حرفه‌ای و قهرمانی، افزایش تعداد تماشاگران است (۱۲). لویز و فادال^۲ (۲۰۱۰) اشاره کردند که ورزش و تفریحات به‌طور بالقوه تأثیر چشمگیری بر اقتصاد یک کشور دارند (۱۳). نائورایت و رامفورد^۳ (۲۰۱۰) در پژوهشی نشان دادند، تغییر سازمان‌دهی و گرایش باشگاه‌ها به فعالیت‌های مجازی موجب جذب سرمایه‌گذاران خارجی و بین‌المللی، به‌خصوص سرمایه‌گذاران آمریکایی شده است (۱۴). کرامپتون^۴ (۲۰۱۴) جذب سرمایه‌های هواداران و فروش سهام را از عوامل جذب سرمایه بخش خصوصی در تأسیسات مورد نیاز ورزش قهرمانی شناسایی کردند (۱۵). کارمین، سافرین و تیمریسورا^۵ (۲۰۱۴) در پژوهش خود مبنی بر مدیریت جذب

1. Hansen, H. Gautheir
- 2 . Luiz & Fadal
- 3 . Nauright & Ramford
- 4 . Crompton
- 5 . Kramin, Safiullin & timiryasova

سرمایه‌گذاری در حوزه پروژه‌های بزرگ ورزشی اظهار داشتند که برگزاری یونورسیاد دانشجویی بین‌المللی ۲۰۱۳ در جمهوری تاتارستان سبب تقویت جذب سرمایه‌گذاری در این کشور شده است (۱۶). هیوم و استوارت^۱ (۲۰۱۷) 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 (۱۷). افشاری و همکاران (۱۳۹۶) در تحقیقات خود به بررسی تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه اقتصادی صنعت ورزش ایران پرداختند که ۹ عامل توسعه اقتصادی صنعت ورزش ایران از دید نمونه‌های تحقیق متناسب با اهداف تحقیق بود و متعاقب آن نتایج تحلیل عاملی نشان داد که سرمایه‌گذاری و حمایت مالی و توسعه امکانات و زیرساخت‌ها به ترتیب مهم‌ترین و کم‌اهمیت‌ترین عامل‌ها از دید نمونه تحقیق هستند (۱۸). مغانی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی به تحلیل عاملی نقش سیاسی دولت در اجرای سیاست خصوصی‌سازی صنعت ورزش پرداختند که نشان می‌دهد که نقش سیاسی دولت در فرایند خصوصی‌سازی ورزش ایران که برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی است، چهار مؤلفه انسجام سیاسی-اجتماعی-حاکمیت قانون، مشارکت سیاسی و قدرت دولت تقسیم کرد و تأثیرگذارترین مؤلفه در این نقش انسجام سیاسی-اجتماعی است (۱۹).

نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که بیشتر تحقیقات به سرمایه‌گذاری و عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذار و حمایت مالی پرداخته‌اند و خلأ تحقیقاتی در بحث شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه 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 باشد کمتر مشاهده شده است. در نتیجه به‌عنوان اولین قدم در راه توسعه سرمایه‌گذاری، شناسایی ابعاد پنهان آن نیازمند مطالعه اکتشافی و بهره‌جستن از آن نیازمند تدوین الگوی راهبردی توسعه سرمایه‌گذاری ورزشی است. در این زمینه وجود برخی مقولات توانسته است به‌عنوان چارچوب کلی در این زمینه مدنظر گرفته شود؛ به‌نحوی که با شرایط خاصی و نگاه عمیق‌تر به شناسایی ظرفیت‌ها و چالش‌های پیش رو پرداخته و ضمن شناسایی زیربنایی یک پدیده ماهیت خاصی به موضوع می‌دهد. از جمله این شرایط می‌توان به مقولات شرایط علی^۲ اشاره کرد که شامل حوادث، وقایع و اتفاق‌هایی که به وقوع یا گسترش پدیده‌ای می‌انجامد، اشاره کرد. اهمیت شرایط زمینه‌ای^۳ به سلسله

-
1. Hume & Stewart
 2. Causal conditions
 3. Grounded conditions

خصوصیات ویژه‌ای که به پدیده‌ای دلالت می‌کند، اشاره دارد. شرایط میانجی (مداخله‌گر) شامل شرایط ساختاری از جمله فضا، فرهنگ، زمان، وضعیت اقتصادی، حرفه، تاریخ و بیوگرافی است. آنها راهبردها را در درون زمینه خاصی سهولت می‌بخشند (نقش تسهیل‌کننده دارند) یا آنها را محدود (نقش محدودکننده دارند) می‌کنند. در ادامه راهبردهای پدیده مطرح می‌شود. مقوله راهبرد کنش و تعامل به راهبردهای ایجادشده برای کنترل، اداره و برخورد با پدیده‌ای، در شرایط مشاهده‌شده و خاص مربوط می‌شود. راهبردهایی که پیامدهای محتمل ناشی از سرمایه‌گذاری را نمایان خواهد ساخت. ارزیابی تمام عوامل به صورت یک مجموعه به اتخاذ تصمیم انجام سرمایه‌گذاری یا کمبود انجام سرمایه‌گذاری منجر می‌شود. جذب سرمایه در کشور بدون تغییر نگرش در میان مسئولان، سیاستمداران و کارشناسان و ایجاد بستر مناسب برای ورود سرمایه امکان‌پذیر نیست. در نظر گرفتن تمامی عوامل و موانع تأثیرگذار در جذب سرمایه‌گذاری و ارائه مدلی مناسب از رابطه و میزان تأثیر این عوامل می‌تواند سرمایه‌گذاران و سازمان‌های مربوط را در مراحل آغازین سرمایه‌گذاری و طی روند سرمایه‌گذاری راهنمایی کند و به عنوان الگوریتم تصمیم‌گیری برای سرمایه‌گذاری در ورزش استفاده شود. به نظر می‌رسد عوامل حیاتی مختلفی برای توسعه سرمایه‌گذاری در ورزش وجود دارد که با سایر زمینه‌های کسب‌وکار متفاوت است. توجه به این عوامل می‌تواند در موفقیت و مدیریت سرمایه‌گذاری در این زمینه تأثیرگذار باشد؛ بنابراین ضرورت این پژوهش در جهت ارائه مدلی است که دربردارنده عوامل تأثیرگذار در توسعه سرمایه‌گذاری در ورزش کشور باشد. از لحاظ نو بودن در داخل کشور، موضوع پژوهش تاکنون انجام نگرفته است. از لحاظ روش تحقیق نیز تاکنون از روش گراند تئوری بهره گرفته نشده است. حال این پرسش مطرح می‌شود که مدل پیشنهادی توسعه سرمایه‌گذاری ورزش چگونه است؟

روش‌شناسی

روش انجام پژوهش حاضر، از نوع کیفی و از نظر هدف، جزء مطالعات توسعه‌ای بود که برای ساخت مدل مفهومی پژوهش از روش نظریه داده بنیاد استفاده شد.

1. Intervening conditions
2. Action/ interaction strategies
3. Grounded Theory

جامعه آماری پژوهش شامل افراد دارای سابقه مدیریت در سطوح مختلف ورزش کشور، اقتصاددانان حتی الامکان آشنا به مسائل ورزش، استادان مدیریت ورزشی دانشگاه‌های کشور و خبرگان و فعالان حوزه اقتصاد ورزشی بودند که از این مجموعه تا جایی که نسبت به موضوع پژوهش اشباع نظری حاصل شد، ۱۵ نفر برای انجام مصاحبه و کسب اطلاعات لازم در خصوص موضوع مورد نظر به صورت کاملاً غیراحتمالی انتخاب شدند. با توجه به استفاده از روش داده‌بنیاد (شیوه اشتراوس و کوربین) و انجام مصاحبه برای گردآوری داده‌ها، نمونه تحقیق به صورت ترکیبی از روش نمونه‌گیری نظری^۱ و گلوله‌برفی^۲ انتخاب شد. در این روش، از افرادی که خبرگان یک حوزه هستند و از معیارهای لازم برخوردارند، شروع شده و ضمن پرسش‌های پژوهش، از آنها خواسته می‌شود تا سایر افراد صاحب‌نظر در این زمینه را معرفی کنند، بنابراین جز چند نفر اول که مستقیماً توسط محقق براساس معیارهای مورد نظر انتخاب می‌شوند، سایر خبرگان علاوه بر معیارهای خبرگی توسط سایر خبرگان نیز انتخاب می‌شوند.

ابزار پژوهش حاضر، مصاحبه‌های عمیق و اکتشافی بود. سؤالات مصاحبه‌ها از نوع بازپاسخ بود و براساس ابعاد نظریه داده‌بنیاد، موجبات علی، شرایط محیطی، ویژگی‌های زمینه‌ای، راهبردها و پیامدها را بررسی کرد تا از زبان مصاحبه‌شوندگان، موضوع روشن شود. تمامی مصاحبه‌ها ضبط شده و پس از هر مصاحبه، تجزیه تحلیل داده‌های آن به منظور پایه‌گذاری مدل صورت می‌گرفت. با توجه به ادبیات نظری پژوهش‌های کیفی، همزمان با انجام مصاحبه‌ها، تحلیل و کدگذاری آنها نیز انجام پذیرفت. برای حصول اطمینان از روایی بخش کیفی پژوهش و به منظور اطمینان خاطر از دقت بودن یافته‌ها از دیدگاه پژوهشگر، از نظرهای ارزشمند استادان آشنا با این حوزه و متخصصان دانشگاهی که در این حوزه خبره و مطلع بودند، استفاده شد. به طوری که روایی مصاحبه برای ساختار و محتوای سؤالات توسط صاحب‌نظران تأیید شد. به طور همزمان از مشارکت‌کنندگان در تحلیل و تفسیر داده‌ها کمک گرفته شد. همچنین فرایند کدگذاری‌ها، توسط دو نفر از استادان صاحب‌نظر بررسی و پیشنهادهای آنها در تدوین مدل استفاده شد. در پژوهش کنونی برای محاسبه پایایی بازآزمون، از بین مصاحبه‌های انجام گرفته به صورت تصادفی، تعداد ۳ مصاحبه انتخاب شد و هر کدام از آنها دو بار در فاصله زمانی ۳۰ روزه (یک ماه) توسط پژوهشگر کدگذاری شد. پایایی بازآزمون مصاحبه‌های انجام گرفته در این پژوهش با استفاده از فرمول ذکر شده، برابر ۸۵ صدم

-
1. Theoretical sampling
 2. Snowball sampling

است. با توجه به اینکه این میزان پایایی بیشتر از ۶۰ صدم است (استملر، ۲۰۰۱)، قابلیت اعتماد کد گذاری‌ها مورد تأیید و قابل قبول است. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی، قالب مطالعات، الگوی کدگذاری پارادیمی را برای تحلیل داده‌های حاصل از نظریه داده‌بنیاد معرفی می‌کنند که در قالب فرایند کدگذاری سیستماتیک شامل سه مرحله باز، محوری و انتخابی به ایجاد این الگو منجر می‌شود (بازرگان، ۱۳۹۳). در پایان با انجام کدگذاری گزینشی، نظریه پژوهش درباره مدل توسعه سرمایه‌گذاری ورزش روایت شده است.

نتایج

فرایند تحلیل داده‌های کیفی مصاحبه زمانی آغاز می‌شود که محقق گزاره‌های معنادار را که به لحاظ ارتباط با موضوع تحقیق جذاب‌اند، مورد نظر قرار می‌دهد. این تحلیل با بررسی و مطالعه مکرر بین مجموعه داده‌های مصاحبه‌ها آغاز شده و پس از مشخص شدن گزاره‌های معنادار مرتبط با موضوع تحقیق، کدگذاری می‌شود. در این مطالعه با ۱۵ نفر از خبرگان مصاحبه انجام گرفت که از مصاحبه پانزدهم به بعد، تکرار در اطلاعات دریافتی مشاهده شد و به نقطه اشباع رسید. مراحل تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی در قالب سه مرحله کدگذاری باز، انتخابی و محوری ارائه شده است.

جدول ۱. مشخصات مصاحبه‌شوندگان

تحصیلات	محل اشتغال	سابقه پژوهشی یا اجرایی در اقتصاد ورزش			تعداد مصاحبه‌شوندگان	
		کمتر از ۵ سال	۵ تا ۱۱ سال	۱۱ تا ۱۵ سال	زن	مرد
دکتری	سایر مراکز مرتبط با ورزش	۳	۸	۴	۵	۱۰
ارشد	وزارت ورزش و جوانان	۲	۷	۲	۶	۲
						۱۳

گام اول: کدگذاری باز

گام اول شامل سه مرحله استخراج داده‌ها از متن مصاحبه‌ها، کدگذاری و کشف مقوله‌هاست که عبارت از روند خرد کردن، مقایسه کردن، مفهوم‌پردازی کردن و مقوله‌بندی کردن داده‌هاست، با محوریت

مفهوم‌سازی شکل گرفته است. کدهای استخراج شده در مرحله اول از کدگذاری باز در نظریه داده‌بنیاد در جدول ۲ بیان شده است. در مجموع ۱۰۱ کد باز از تجزیه و تحلیل بیست مصاحبه به دست آمد.

جدول ۲. نتایج کدگذاری باز مفاهیم دریافتی از فرایند مصاحبه

ردیف	مفاهیم	مقوله‌ها
۱		در دو تا سه رشته ورزشی سرمایه‌گذاری خوب انجام گرفته است
		بازیکنان مورد استقبال قرار می‌گیرند
		سابقه ورزشی سرمایه‌گذار
		ایجاد سیستم‌های اطلاعاتی به منظور شناسایی ورزشکاران، مربیان، باشگاه‌ها و داوران و سرمایه‌گذاران ورزشی
		وجود مربیان و داوران تراز اول، بین‌المللی و خارجی در ورزش
		ارائه خدمات بیشتر به تماشاگران با هدف جلب رضایت آنها
		وجود مخاطبان زیاد موجب سرمایه‌گذاری می‌شود و بازگشت مستقیم و غیرمستقیم سرمایه را به دنبال خواهد داشت
		نبود ورزش حرفه‌ای در کشور، سبب شده سرمایه‌گذار رغبتی برای سرمایه‌گذاری نداشته باشد
		علاقه شخصی سرمایه‌گذار به ورزش
		حضور شخصیت‌ها، ورزشکاران، هنرمندان معروف در رویدادهای ورزش
		ارگان‌های درگیر رویدادها مانند شهرداری و استانداری‌ها تأثیرگذارند
		پرنسپل شدن ورزش در سازمان‌ها باعث سرمایه‌گذاری می‌شود
		بسیج تمامی شهر برای برگزاری رویداد و تشویق سرمایه‌گذار
		در میزبانی رویدادهای بین‌المللی سرمایه‌گذاری خوبی شده و معافیت مالیاتی برای سرمایه‌گذاری‌ها می‌تواند فرصت خوبی باشد
		کوچک و غیرمهم بودن رویدادهای برگزار شده در ایران با جذابیت کم، سبب شده سرمایه‌گذار با سرمایه اندک وارد شود
		دلیل وارد شدن سرمایه‌گذاری در عرصه رویداد مورد سنجش قرار می‌گیرد
		جذابیت رویداد باعث سرمایه‌گذاری می‌شود
		طراحی و دیزاین مجموعه‌ها برای برگزاری رویدادها
		آمادگی زیرساخت‌ها در بحث سرمایه‌گذاری باید موجود باشد
		محدودیت در رویدادهای بانوان در حوزه سرمایه‌گذاری وجود دارد و علت آن عوامل فرهنگی است
		عامل فرهنگی می‌تواند بحث درآمدزایی و اسپانسر را محدود کند
		باید فرهنگ‌سازی شود، ولی برای رشته‌های دیگر می‌تواند پتانسیل را ایجاد کند
		اثرگذاری شرایط اقتصادی بر سرمایه‌گذاری رویدادها
		امنیت محیط سرمایه‌گذاری
		نگاه سرمایه‌گذار دو تا چهار تاست
		نگاه سرمایه‌گذار: توسعه بازار هدف، دیده شدن، رونق کسب‌وکار و برگشت سرمایه است
		اسپانسرها و حامیان و معافیت‌های مالیاتی مشوق هستند

ادامه جدول ۲. نتایج کدگذاری باز مفاهیم در بافتی از فرایند مصاحبه

ردیف	مفاهیم	مقوله‌ها
۱		سرمایه‌گذاری در هر حوزه نیازمند وجود رعایت برخی عوامل اقتصادی است که در هر صورت (کمبود وجود و رعایت آن) سرمایه‌گذار رغبتی برای همکاری در این بخش از خود نشان نمی‌دهد
		انتظار سود حاصل از سرمایه‌گذاری
		استفاده نکردن از ظرفیت‌های موجود سرمایه‌گذاری
		مسائل و مشکلات اکثریت خارج از سازمان ورزشی است و اثرگذار بر امر سرمایه‌گذاری است
		نابسامانی و کمبود ثبات در مسائل اقتصادی و سازوکار مشخصی برای حمایت از شرکت‌ها در حوزه درآمدزایی در ورزش نداریم
		آموزش نحوه جذب حامیان مالی و سرمایه‌گذاران به مدیران ورزشی
		امکان‌سنجی و توجیه‌پذیری اقتصادی پروژه‌های سرمایه‌گذاری ورزشی در حوزه ورزش
		از نظر اقتصادی کشوری ورشکسته هستیم، در نتیجه شرکت‌های خصوصی و دولتی به‌سختی به سمت کشور می‌آیند و که به شرایط اقتصادی و سیاسی کشور بستگی دارد
		سعی شده در برنامه‌های استراتژیک ورزشی بخش خصوصی سرمایه‌گذاری کند
		در آینده به آن طرف خواهیم رفت که شرکت‌های خصوصی به‌علت معافیت مالیاتی، برندسازی و حمایت‌های دولتی در بخش ورزشی سرمایه‌گذاری کنند
		توجه ویژه دولت و مجلس به ورزش: دولت در بخش ورزش سرمایه‌گذاری نمی‌کند، هزینه می‌کند
		تا جایی که دولت خرج ورزش می‌کند، ورزش حرفه‌ای نخواهیم داشت. دولت اجازه خصوصی‌سازی را نمی‌دهد
		کمبود حمایت دولت سبب شده رغبتی برای سرمایه‌گذاری نباشد
		در بحث رویدادها آینده خوبی ترسیم نمی‌شود
		آیین‌نامه‌ها و شرایط باید ایجاد شود
		نبود زیرساخت به‌دلیل رقابت بخش خصوصی با دولت است
		نگاه حرفه‌ای به امر ورزش در بین مدیران کشور
		تصمیم درست و پیش‌بینی آمدن حامیان مالی و رشد اقتصادی ورزش
		نگرش‌ها و هنجارهای ذهنی مدیر ورزشی یا سرمایه‌گذار
		تدوین قوانین الزام‌آور و روزآمد برای استفاده از سرمایه‌گذاران در ورزش تدوین قوانین و مقررات تسهیل‌کننده و حذف بوروکراسی اداری
		توجه ویژه دولت و مجلس به ورزش
		پوشش رسانه‌ای تأثیرگذار است
		نظام حقوقی هم وجود ندارد
		دیده شدن در رسانه‌ها فقط در بعضی از رویدادهاست و کلی نیست

عوامل توسعه سرمایه‌گذاری

کدگذاری محوری

کدگذاری محوری مرحله دوم تجزیه و تحلیل در نظریه پردازی بنیادی است. اساس فرایند ارتباطی در کدگذاری محوری بر بسط و گسترش یکی از مقوله‌ها قرار دارد. در پژوهش حاضر، در مرحله کدگذاری محوری، تعداد ۸۵ مفهوم و ۱۷ مقوله، شناسایی شد. نمونه‌ای از کدگذاری محوری در جدول ۳ آورده شده است.

جدول ۳. نمونه مقوله‌های شناسایی شده در کدگذاری محوری

شناسه	متن مصاحبه	کدگذاری باز اولیه	کدگذاری باز ثانویه	کدگذاری محوری
R1 R39 R16 R31	در دوتا سه رشته ورزشی سرمایه‌گذاری خوب انجام گرفته است	ورزش منتخب	جذابیت ورزش	کیفیت انواع ورزش
	بازیکنان مورد استقبال قرار می‌گیرند	کیفیت بازیکنان	جذابیت بازیکنان	
	سابقه ورزشی سرمایه‌گذار	تجربه سرمایه‌گذار در ورزش	علاقه به ورزش	
	ایجاد سیستم‌های اطلاعاتی جبهه‌منظور شناسایی ورزشکاران، مربیان، باشگاه‌ها و داوران و سرمایه‌گذاران ورزشی	سیستم اطلاعاتی	کیفیت اطلاعات ورزشی	
R65 R47 R57	وجود مربیان و داوران تراز اول، بین‌المللی و خارجی در ورزش	کیفیت دست‌اندرکاران ورزشی	بین‌المللی شدن ورزش	دست‌اندرکاران ورزش
	ارائه خدمات بیشتر به تماشاگران با هدف جلب رضایت آنها	حمایت از تماشاچی	رضایت تماشاچیان	
	وجود مخاطبان زیاد سبب سرمایه‌گذاری می‌شود و بازگشت مستقیم و غیرمستقیم سرمایه را به دنبال خواهد داشت	جمعیت زیاد مخاطبان ورزشی	تمایل عمومی به ورزش	
	نبود ورزش حرفه‌ای در کشور، سبب شده سرمایه‌گذار رغبتی برای سرمایه‌گذاری نداشته باشد	ورزش حرفه‌ای	کیفیت ورزش	
R74	علاقه شخصی سرمایه‌گذار به ورزش	نگرش سرمایه‌گذار	علاقه به ورزش	

مدیریت دولتی	حضور ستاره‌ها	جذابیت ورزش	حضور شخصیت‌ها، ورزشکاران، هنرمندان معروف در رویدادهای ورزش	
	همکاری سازمانی	سازمان‌های تأثیرگذار	ارگان‌هایی که درگیر رویدادها هستند مانند شهرداری و استانداری‌ها تأثیرگذارند	R23
	همه‌گرایی ورزشی	تمایل به ورزش سازمانی	پررنگ شدن ورزش در سازمان‌ها سبب سرمایه‌گذاری می‌شود	R13 R22
	رویدادهای با کیفیت	جمعیت بیشتر	بسیج تمامی شهر برای برگزاری رویداد و تشویق سرمایه‌گذار	
رویدادهای با کیفیت	رویدادهای بین‌المللی	برگزاری رویدادهای بین‌المللی	در میزبانی رویدادهای بین‌المللی سرمایه‌گذاری خوبی شده و معافیت مالیاتی برای سرمایه‌گذاری‌ها می‌تواند فرصت خوبی باشد	
	ارتباط کیفیت ورزش و سرمایه‌گذار	جذابیت ورزش	کوچک و غیر مهم بودن رویدادهای برگزارشده در ایران با جذابیت کم، سبب شده سرمایه‌گذار با سرمایه اندک وارد شود	R15 R58
	تعداد رویدادها	رویدادهای با کیفیت	دلیل وارد شدن سرمایه‌گذاری در عرصه رویداد مورد سنجش قرار می‌گیرد	R17 R29 R30
	کیفیت رویدادها	کیفیت رویدادهای ورزشی	جذابیت رویداد بموجب سرمایه‌گذاری می‌شود	
	دیدن شدن بین‌المللی سرمایه‌گذار	رویدادهای بین‌المللی	گرفتن رویدادهای مهم و میزبانی، وارد کردن بخش خصوصی، گرفتن اسپانسرهای خارجی	
	فرهنگ ورزشی	وجود زیرساخت‌ها	آمادگی زیرساخت‌ها در بحث سرمایه‌گذاری باید موجود باشد	R44
همگانی شدن ورزش در جامعه	زیبایی‌شناسی ورزشی	کیفیت اماکن ورزشی	طراحی و دیزاین مجموعه‌ها برای برگزاری رویدادها	R21
	حضور بیشتر بانوان	ضعف فرهنگی برای بانوان	محدودیت در رویدادهای بانوان در حوزه سرمایه‌گذاری وجود دارد و علت آن عوامل فرهنگی است	R43 R41
	فرهنگ‌سازی	حمایت فرهنگی جامعه	عوامل فرهنگی می‌تواند بحث درآمدزایی و اسپانسری را محدود کند	R42

تامین زیرساخت‌های اجرایی	فرهنگ‌سازی تخصصی	فرهنگ‌سازی بین‌رشته‌ای	باید فرهنگ‌سازی شود، ولی برای رشته‌های دیگر می‌تواند پتانسیل را ایجاد کند	
	شرایط اقتصادی مناسب	شرایط اقتصادی مناسب	اثرگذاری شرایط اقتصادی بر سرمایه‌گذاری رویدادها	
	ثبات اقتصادی	امنیت سرمایه‌گذار	امنیت محیط سرمایه‌گذاری	
	نگرش سرمایه‌گذار	رسیدن به سود سرمایه‌گذار	نگاه سرمایه‌گذار دو تا چهار تاست	
	کسب بازار و مشتری	نگرش باز سرمایه‌گذار	نگاه سرمایه‌گذار: توسعه بازار هدف، دیده شدن، رونق کسب‌وکار و برگشت سرمایه است	R3 R8 R18 R19 R24 R28 R27
	حضور بیشتر سرمایه‌گذار	حمایت‌های مالیاتی	اسپانسرها و حامیان و معافیت‌های مالیاتی مشوق‌اند	
	ایجاد شاخص‌های اقتصادی	ابعاد حمایتی	سرمایه‌گذاری در هر حوزه نیازمند وجود رعایت برخی فاکتورهای اقتصادی است که در هر صورت (کمبود وجود و رعایت آن) سرمایه‌گذار رغبتی برای همکاری در این بخش از خود نشان نمی‌دهد	
	درآمد مالی	سود مالی	انتظار سود حاصل از سرمایه‌گذاری	
	ایجاد ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری	ظرفیت‌های بالقوه	استفاده نکردن از ظرفیت‌های موجود سرمایه‌گذاری	
	کنترل بیرونی سازمان	محیط بیرونی	مسائل و مشکلات اکثریت خارج از سازمان ورزشی است و اثرگذار بر امر سرمایه‌گذاری است	R2 R4 R33
ایجاد سازوکار مشخص اقتصادی	ثبات مالی اقتصاد کشور	نابسامانی و کمبود ثبات در مسائل اقتصادی و سازوکار مشخصی برای حمایت از شرکت‌ها در حوزه درآمدزایی در ورزش نداریم		
ایجاد سازوکار	اطلاع‌رسانی به سرمایه‌گذاران	آموزش جذب برای مدیران	آموزش نحوه جذب حامیان مالی و سرمایه‌گذاران به مدیران ورزشی	R45 R46

	آموزش سرمایه‌گذاران	توجیه اقتصادی سرمایه‌گذار	امکان‌سنجی و توجیه‌پذیری اقتصادی پروژه‌های سرمایه‌گذاری ورزشی در حوزه ورزش	
	برنامه‌ریزی	کمبود ورود سرمایه‌گذار	از نظر اقتصادی کشوری ورشکسته هستیم، در نتیجه شرکت‌های خصوصی و دولتی به‌سختی به سمت کشور می‌آیند و که به شرایط اقتصادی و سیاسی کشور بستگی دارد	R10 R11
	تدوین استراتژی	تدوین برنامه‌های کلان	سعی شده در برنامه‌های استراتژیک ورزشی بخش خصوصی سرمایه‌گذاری کند	
مدیریت دولتی	سیاست‌گذاری کلان	موارد و بسته‌های حمایتی	در آینده به آن طرف خواهیم رفت که شرکت‌های خصوصی به‌علت معافیت مالیاتی، برندسازی و حمایت‌های دولتی در بخش ورزشی سرمایه‌گذاری کنند	
	حمایت کلان	حمایت سیاست‌گذاران ملی	توجه ویژه دولت و مجلس به ورزش	R12 R26 R61
	مدیریت بهینه	حمایت دولتی	دولت در بخش ورزش سرمایه‌گذاری نمی‌کند، هزینه می‌کند	R63 R49
	مدیریت منظم	دخالت‌های دولتی	تا جایی که دولت خرج ورزش می‌کند، ورزش حرفه‌ای نخواهیم داشت. دولت اجازه خصوصی‌سازی را نمی‌دهد	
تدوین و اجرای قانون	تصمیمات برای آینده	رویدادهای باکیفیت	در بحث رویدادها آینده خوبی ترسیم نمی‌شود	
	تدوین قوانین	تدوین آیین‌نامه‌های حمایتی	آیین‌نامه‌ها و شرایط باید ایجاد شود	R52
	ارائه زیرساخت‌ها	نبود زیرساخت‌ها	نبود زیرساخت به‌دلیل رقابت بخش خصوصی با دولت است	R53 R70
	مدیران شایسته	نگرش مدیران	نگاه حرفه‌ای به امر ورزش در بین مدیران کشور	R67 R84
	جذب سرمایه‌گذار	تصمیمات اقتصادی	تصمیم درست و پیش‌بینی آمدن حامیان مالی و رشد اقتصادی ورزش	

محیط سیاسی قانونی	مدیران ورزشی	کیفیت مدیران ورزشی	نگرش‌ها و هنجارهای ذهنی مدیر ورزشی یا سرمایه‌گذار	
	دخالت‌های دولتی	حمایت دولتی	کمبود حمایت دولت سبب شده رغبتی برای سرمایه‌گذاری نباشد	R50
	حمایت‌های کلان	حمایت سیاست‌گذاران ملی	توجه ویژه دولت و مجلس به ورزش	R26
	ارائه قوانین	تدوین قوانین حمایتی	تدوین قوانین الزام‌آور و روزآمد برای استفاده از سرمایه‌گذاران در ورزش	
	اجرای قوانین	تدوین قوانین تسهیل‌کننده	تدوین قوانین و مقررات تسهیل‌کننده و حذف بوروکراسی اداری	R6 R7 R34
	ساختار حقوقی نظام‌مند	تدوین نظام حقوقی حمایتی	نظام حقوقی هم وجود ندارد	
رسانه فعال	موضوعات مرتبط رسانه	حمایت رسانه	پوشش رسانه‌ای تأثیرگذار است	R20
	دیده شدن برند	حمایت رسانه‌ها	در سطح ملی رسانه‌ها پخش می‌کنند	R38
	دیده شدن در تماشاچیان	ضعف رسانه	دیده شدن در رسانه‌ها فقط در بعضی از رویدادهاست و کلی نیست	R14
	ارائه خدمات بازاریابی	حمایت‌های مالیاتی	اسپانسرها و حامیان و معافیت‌های مالیاتی مشوق‌اند	
محیط سیاسی قانونی بین‌المللی	بازاریابی بین‌المللی	رویدادهای بین‌المللی	تسهیل اخذ روادید برای تماشاگران خارجی و ایجاد امنیت برای آنها	R24 R25 R35
	فضای سیاسی	وجود دخالت‌های سیاسی	هم‌اکنون سرمایه‌گذاری که دارد اتفاق می‌افتد در حوزه رویدادهای ورزشی برحسب ارتباط و نفوذ سیاسی که دارند اتفاق می‌افتد	
	شفافیت حمایت از سرمایه‌گذاری	برنامه‌ریزی	برنامه‌ریزی راهبردی در زمینه سرمایه‌گذاری بخش خصوصی	
تأمین زیرساخت‌های اجرایی	تسهیل‌کننده	عوامل تسهیل‌کننده	چه قابلیت‌ها و چه مشوق‌هایی برای سرمایه‌گذار وجود دارد	R36 R37 R40
	ارائه تسهیلات	حمایت مالی از سرمایه‌گذار	دادن تسهیلات به بخش خصوصی و معافیت مالیاتی وام‌های بدون بهره به بخش خصوصی	

ایجاد ظرفیت‌ها و شاخص‌های اقتصادی	برنامه‌ریزی	سرمایه‌گذاری در	در باشگاه‌های کوچک سرمایه‌گذاری	R48 R51 R55 R56 R59
	همه‌جانبه	بنگاه‌های کوچک	خصوصی انجام گرفته	
	امنیت سرمایه‌گذار	ریسک بالای سرمایه‌گذاری	ریسک سرمایه‌گذاری بالاست	
ایجاد ظرفیت‌ها و شاخص‌های اقتصادی	ساختار حمایتی	ساختار ورزش	ایجاد ساختار رقابتی در اقتصاد ورزش	R64 R66 R68
	ریسک‌پذیری	ریسک سرمایه‌گذاری	سرمایه‌گذاری در حوزه ورزش نیازمند وجود رعایت برخی عوامل اقتصادی است که به دلیل کمبود وجود سود رغبتی وجود ندارد	
	محیط بیرونی	عوامل بیرونی	فاکتورهای خارج از حوزه ورزش: وضعیت اقتصادی کشور، نرخ ریسک‌پذیری، سرمایه‌گذار، ثبات سیاسی، قوانین و مقررات	
تغییرات فرهنگی و اشاعه نگرش سرمایه‌گذاری	ساختار اداری منظم	ساختار اداری	به سبب فساد اداری سرمایه‌گذار خصوصی وارد نمی‌شود، به علت آسیب به برندهای آنها و شرایط نابسامان اقتصادی که کشور دارد	R69 R77 R72 R71 R75
	فضای محیطی حمایتی	ریسک سرمایه‌گذاری	فضای ریسک‌پذیر در کشور وجود دارد، به دلیل بی‌ثباتی شرایط اقتصادی، پیش‌بینی‌ها به شرایط آتی خواهد بستگی داشت و نبود ارکان مهم در شرایط اقتصادی	
	آمار شاخص‌های مرتبط	وجود شاخص‌های موجود	دیدن شاخص‌های اقتصادی با ضریب خطای بسیار بالا و بُعد پیش‌بینی آینده	
مشوق‌های مالی (مالیاتی و ...)	افزایش خدمات	استفاده از برندهای مطرح	رفتن به سراغ حامیان مالی که اتفاقات داخلی را رقم می‌زنند. محصولات منحصر به فرد در ایران و نیاز کشورهای دیگر به آن	R69 R77 R72 R71 R75
	افزایش اطلاعات	افزایش اطلاعات مزایای سرمایه‌گذاری	علت فقدان سرمایه‌گذاری ناشناخته بودن مزایای آن در صنعت ورزش است	
	ورزش سودآور	صنعتی شدن ورزش	تبدیل شدن ورزش از فعالیت تفریحی به صنعت سودآور	

	توسعه اماکن	زیرساخت‌های مناسب ورزشی	با نوسازی زیرساخت‌ها سرمایه چندبرابری از میزبانی رویدادها به دست می‌آوریم
	توسعه زیرساخت‌ها	توسعه زیرساخت‌ها	توسعه ورزشگاه‌ها و اماکن و تجهیزات ورزشی
اصول مدیریتی	اجرای هدفمند	ارتقای مشاغل	سرمایه‌گذاری هدفمند در ورزش سبب ایجاد شغل به صورت مستقیم و غیرمستقیم می‌شود
	مدیران شایسته	مدیریت قوی	ایجاد نظام شایسته‌سالاری در فدراسیون‌های ورزشی
بازاریابی	برندسازی	افزایش برندها	تدوین قوانین بهره‌مندی از حق برند
	بازاریابی هدفمند	افزایش اطلاعات برندها	ایجاد تصویر و افزایش آگاهی در بازار هدف
		حمایت از سرمایه‌گذار	انحصار عرضه محصولات شرکت سرمایه‌گذار یا حامی در رویدادهای ورزش
	بازار گرمی	افزایش کیفیت ورزش	پیشبرد ورزش در جهت درست موجب سرمایه‌گذاری و کسب درآمد می‌شود

کدگذاری انتخابی

در گروه‌بندی کدها، کدهای محوری مستخرج از مصاحبه‌ها گروه‌بندی شده و سپس گروه‌های ایجادشده با یکدیگر مقایسه شدند تا گروه‌های اصلی و ابعاد هر یک شناسایی و استخراج شود. در این پژوهش سعی شده براساس فهم پژوهشگران از متن پدیده مورد مطالعه یعنی عوامل توسعه سرمایه‌گذاری، چارچوب مدل پارادایم به صورت روایتی به شکل ترسیمی نشان داده شود.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

جدول ۴. کدگذاری انتخابی

موضوع	ابعاد	مؤلفه‌ها	مقوله‌های فرعی	عامل
و ا ب س ت ه به و ر ز ش	#	کیفیت انواع ورزش	انتخاب انواع ورزش با توجه به شرایط موجود ورزش‌ها	شرایط زمینه‌ای
			رشد ورزش خاص در یک منطقه از کشور و سرمایه‌گذاری در آن در دسترس بودن برخی رشته‌ها با توجه به شرایط خانواده‌ها	
		دست‌اندرکاران ورزش	کیفیت بالای بازیکنان و جذب بسیاری از تماشاچیان	شرایط زمینه‌ای
			اجرای با کیفیت مسابقات، لیگ‌ها و رویدادهای ورزشی حضور و حمایت ستاره‌ها از ورزش حمایت رسانه‌ها از ورزش با اجرای باکیفیت برنامه‌ها	
و ا م ل ت و س ع م س ر م ا ی ه گ ذ ا ر ا ی		رویدادهای ورزشی	برگزاری مسابقات با تعداد کثیر بیننده و عوامل رویدادها	شرایط مداخله‌گر
			رویدادهای برگزار شده با کمترین حادثه و در امنیت کامل حضور حداکثری سازمان‌ها، شرکت‌ها و برندهای داخلی و خارجی مختلف در رویداد ورزشی	
		محیط سیاسی قانونی بین‌المللی	ایجاد روابط سیاسی قانونی داخلی بیرون از سازمان ورزشی انتخاب افراد شایسته به دور از ملاحظات سیاسی انسجام سازمانی مرتبط با ورزش	
سیاسی قانونی		تدوین و اجرای قانون	تدوین قوانین حمایتی از سرمایه سرمایه‌گذاران ورزشی	شرایط مداخله‌گر
			تدوین قوانین تسهیل‌کننده مشارکت در برگزاری رویدادهای ورزشی توسط سرمایه‌گذاران برقراری شرایط خصوصی‌سازی باشگاه‌های ورزشی	
مدیریت دولتی			استفاده نکردن دولت از ورزش به‌عنوان ابزار سیاسی	شرایط مداخله‌گر
			واگذاری مدیریت دولتی به مدیریت خصوصی هماهنگی بین مجلس و دولت	

راهبردها	<p>نرخ سود پایین تسهیلات طولانی مدت افزایش تعداد مشتریان برندهای سرمایه‌گذار از طریق کانون‌های هواداران باشگاه‌ها فراهم کردن بیشترین خدمات برای برندهای سرمایه‌گذار در قالب طرح‌های مالی</p>	<p>فراهم کردن سود سرمایه‌گذار</p>	اقتصادی
راهبردها	<p>اجرای اصول مدیریت بازاریابی برند و بازاریابی ورزشی تبلیغات بهینه بازاریابی بین‌المللی</p>	بازاریابی	
راهبردها	<p>احیای حقوق قانونی باشگاه‌ها و نهادهای ورزشی طراحی بازار شهری برای برندهای سرمایه‌گذار ورزشی طراحی سامانه ارتباط برندهای سرمایه‌گذار با هواداران</p>	<p>ایجاد سازوکار اقتصادی</p>	
راهبردها	<p>رشد بالای اقتصادی برندهای سرمایه‌گذار کاهش قدرت دولت در مدیریت مالی باشگاه‌ها ایجاد فضای مطمئن اقتصادی برای ورود سرمایه‌گذاران ثبات در سیاست‌های پولی و مالی کشور تمایل حداکثری اقشار مختلف به اجرای ورزش</p>	<p>ثبات و قدرت اقتصادی</p>	
تئوری‌ها	<p>موج رضایت همه‌جانبه از رویدادها مسابقات ورزشی تشکیل گروه‌های ورزشی مشترک محله، منطقه و ..</p>	<p>همگانی شدن ورزش در جامعه</p>	فرهنگی - اجتماعی
تئوری‌ها	<p>اشاعه فرهنگ کرامت سرمایه‌گذاران ورزشی در جامعه اشاعه فرهنگ سرمایه‌گذاری در حیطه ورزش و اثرات مثبت آن تغییر نگرش سرمایه‌گذاران به سبب آسیب‌های وارده برای سرمایه آنها</p>	<p>تعاملات فرهنگی و اشاعه نگرش سرمایه‌گذاری</p>	

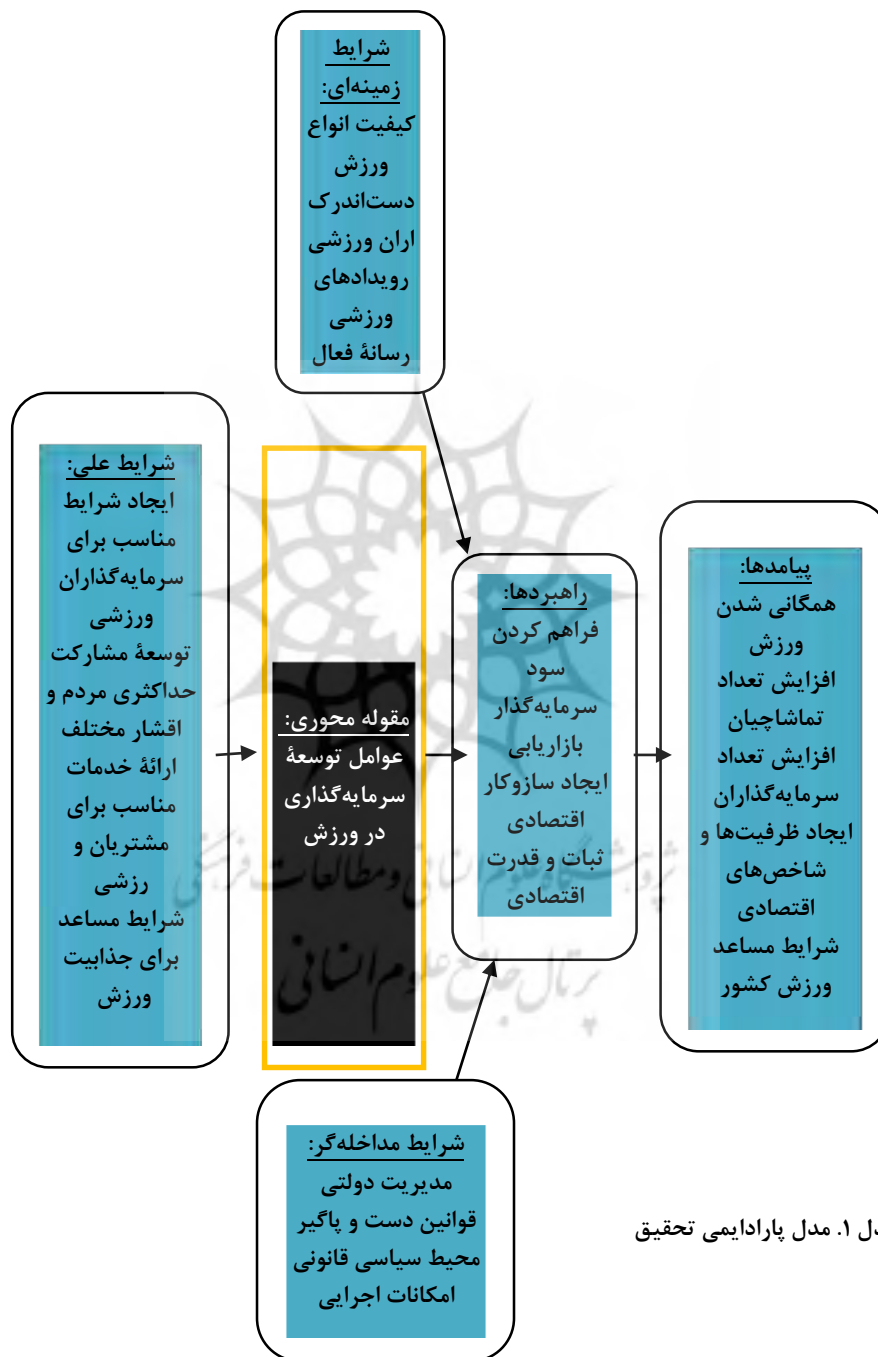
شرایط زمینه‌ای	<p>تدوین برنامه‌های هماهنگ برندسازی برای سرمایه‌گذاران</p> <p>ایجاد انواع برنامه‌های اطلاع‌رسانی</p> <p>مزایای سرمایه‌گذاری ورزشی در رسانه</p> <p>ایجاد انواع مشارکت سرمایه‌گذاران در سرمایه‌گذاری برندهای معروف کشور به مشارکت در ورزش</p>	رسانه فعال
شرایط مداخله‌گر	<p>تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی صحیح در تمامی ارکان مدیریتی ورزشی</p> <p>سازمان‌دهی مناسب</p> <p>هدایت صحیح تمامی عوامل موفقیت</p> <p>حضور سرمایه‌گذاران ورزشی</p> <p>کنترل و نظارت دقیق</p>	اصول مدیریتی
رابط مداخله‌گر	<p>ایجاد مکانیسم‌های اطلاع‌رسانی ابزار و تجهیزات نرم‌افزاری و سخت‌افزاری دقیق</p> <p>فراهم کردن امکانات شرکت‌های سرمایه‌گذار در محیط‌های ورزشی</p> <p>ایجاد کمپ‌های مخصوص شرکت‌ها و سازمان‌های سرمایه‌گذار</p> <p>تدوین آیین‌نامه‌های مالکیت سرمایه‌گذاران در صورت داوطلب بودن</p>	تأمین زیرساخت‌های اجرایی
شرایط زمینه‌ای	<p>ارائه تسهیلات مالیاتی به سرمایه‌گذاران خارجی</p> <p>ارائه طرح‌های افزایش تولید یا خدمات برندهای تأثیرگذار</p> <p>ارائه تسهیلات بانکی برای برندهای سرمایه‌گذار</p> <p>ارائه خدمات رفاهی باشگاه‌ها برای برندهای سرمایه‌گذار</p>	مشوق‌های مالی (مالیاتی و ..)
تیم‌ها	<p>نمایش مسیرهای پرطرفدار ورزشی برای افزایش تعداد مشتریان برندهای سرمایه‌گذار</p> <p>برطرف کردن موانع ارتباط برندها با تماشاچیان و هواداران باشگاه‌ها</p> <p>ارائه چارچوب‌های جذب منابع مالی باشگاه‌های ورزشی توسط برندهای سرمایه‌گذار</p>	ایجاد ظرفیت‌ها و شاخص‌های اقتصادی

مدیریتی - اجرایی

مشوق وابسته به سرمایه‌گذاری

برای نمایش کدهای گزینشی و قابل فهم بودن

برای نمایش کدهای گزینشی و قابل فهم بودن آنها لایه‌های تفکیک‌شده‌ای ارائه شده و در نهایت براساس قرار گرفتن لایه‌ها در کنار هم، مدل نهایی تحقیق به شرح زیر ارائه شده است.



مدل ۱. مدل پارادایمی تحقیق

هدف اصلی این پژوهش دستیابی به توسعه سرمایه‌گذاری ورزشی است. از این رو براساس نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها و ادبیات نظری و مصاحبه‌ها، اقدام به استخراج و طراحی این مدل شده است. بر پایه این مدل می‌توان فرایند توسعه سرمایه‌گذاری ورزشی را تجزیه و تحلیل کرد و به‌نوعی دسته‌بندی جدید دست یافت که مبتنی بر سرمایه‌گذاری ورزشی در سایر کشورها و نظرهای خبرگان ایرانی است. در نتیجه این مدل چارچوب مناسب و بومی برای پژوهش‌ها و مطالعات در این حوزه است و به‌عنوان مقدمه‌ای به‌منظور توسعه سرمایه‌گذاری ورزشی می‌تواند مبنای عمل قرار گیرد و به شناخت جامعی بر پایه شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه سرمایه‌گذاری ورزشی و چگونگی تعامل با یکدیگر برسد. تاکنون تحقیقی که در آن به همه آیت‌ها و عوامل ذکر شده در مدل پارادیمی پرداخته شده باشد، یافت نشده است و می‌تواند نسبت به تحقیقات دیگر و قبلی از جامعیت بیشتری برخوردار باشد. بر پایه مدل حاضر می‌توان فرایند سرمایه‌گذاری ورزش ایران را تجزیه و تحلیل کرد و به‌نوعی به دسته‌بندی جدید دست یافت که مبتنی بر نظرهای خبرگان ایرانی است. این مدل، چارچوبی مناسب و بومی برای مطالعات در این حوزه است و به‌عنوان مقدمه‌ای به‌منظور سرمایه‌گذاری ورزش در ایران می‌تواند مبنای عمل قرار گیرد و شناختی کلان و جامع بر پایه شناسایی عوامل کلیدی نقش‌های اثرگذار بر روی سرمایه‌گذاری ورزش ایران و چگونگی تعامل آنها با یکدیگر پدید آورد؛ این مدل می‌تواند مبنای عقلانی سرمایه‌گذاری ورزش ایران قرار گیرد که قابلیت ارزیابی مستمر را ایجاد می‌کند.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر، به ارائه مدل توسعه سرمایه‌گذاری ورزشی پرداخته است. بدین منظور از نظریه داده‌بنیاد برای ارائه الگو استفاده شد و مدل ارائه شده، از فرایندهای کدگذاری ناشی از مصاحبه با نخبگان به دست آمد. براساس نتایج تحلیل داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه، ارائه مدل پارادیمی توسعه سرمایه‌گذاری ورزشی در قالب ابعاد شش‌گانه، شامل موجبات علی (۴ مقوله)، پدیده اصلی (عوامل مؤثر بر توسعه سرمایه‌گذاری ورزشی)، راهبرد (۳ مقوله)، ویژگی‌های زمینه‌ای (۵ مقوله)، شرایط مداخله‌گر (۴ مقوله) و پیامد (۵ مقوله) بوده است. بر اساس نتایج، ایجاد شرایط مناسب برای سرمایه‌گذاران ورزشی، توسعه مشارکت حداکثری مردم و اقشار مختلف، ارائه خدمات مناسب برای مشتریان ورزشی و شرایط مساعد برای جذابیت ورزش به‌عنوان شرایط علی شناسایی شدند. کیفیت انواع ورزش، دست‌اندرکاران ورزشی، رویدادهای ورزشی، رسانه فعال و مشوق‌ها به‌عنوان شرایط زمینه‌ای شناسایی شدند. فراهم کردن سود

سرمایه‌گذار بازاریابی، ایجاد سازوکار اقتصادی و ثبات و قدرت اقتصادی به‌عنوان راهبردها، همگانی شدن ورزش در جامعه، افزایش تعداد تماشاچیان، افزایش تعداد سرمایه‌گذاران، ایجاد ظرفیت‌ها و شاخص‌های اقتصادی و شرایط مساعد ورزش کشور به‌عنوان پیامدها؛ مدیریت دولتی، قوانین دست‌وپاگیر، محیط سیاسی قانونی و زیرساخت‌های اجرایی نیز به‌عنوان شرایط مداخله‌گر شناسایی شدند. در نهایت اینکه مؤلفه‌های عوامل وابسته به ورزش، عامل سیاسی-قانونی، اقتصادی، فرهنگی اجتماعی، مدیریتی-اجرایی و عامل مشوق وابسته به سرمایه‌گذاری نیز به‌عنوان عوامل مرکزی توسعه سرمایه‌گذاری در ورزش شناسایی شدند که به تفکیک در زیر بحث شده است. نتایج همسو با یافته‌های هانس و گوتیر (۱۲)، کرامپتون (۱۵)، لویز و فادال (۱۳)، هیوم و استوارت (۱۷)، مغانی و همکاران (۱۹) و افشاری و همکاران (۱۸) است. همان‌طور که نتایج نشان داد عوامل مؤثر بر توسعه سرمایه‌گذاری در مقوله مرکزی و محوری عبارت‌اند از مؤلفه‌های عوامل وابسته به ورزش، عامل سیاسی-قانونی، اقتصادی، فرهنگی اجتماعی، مدیریتی-اجرایی و عامل مشوق وابسته به سرمایه‌گذاری. در این زمینه مغانی و همکاران (۱۹) عوامل تدوین مقررات، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و مدیریتی را به‌عنوان عوامل اثرگذار بر نقش دولت در خصوصی‌سازی ورزش بیان کرده‌اند.

این بعد براساس نظرهای متخصصان در فرایند مصاحبه، از کدهای مستخرج مراحل قبل تشکیل شده و در مؤلفه‌های زیرمجموعه خود شامل مؤلفه‌هایی است که مستقیماً به ورزش مربوط‌اند و اگر توسعه سرمایه‌گذاری در ورزش اتفاق بیفتد، می‌تواند یکی از این دلایل باشد. انواع ورزش‌ها و کیفیت ورزش‌ها و همچنین کیفیت داوران و مربیان و حتی تماشاچیان عامل توسعه سرمایه‌گذاری هستند. شدت و زمان ورزش‌ها عامل توسعه سرمایه‌گذاری است. رویدادهای ورزشی به‌علت جذب بسیاری از بیننده‌های ورزشی، در صورت اجرای باکیفیت می‌تواند از عوامل مهم توسعه سرمایه‌گذاری باشد. نتایج همسو با یافته‌های الهی (۲۰)، هانس و گوتیر (۱۲) و کرامپتون (۱۵) است. هانس و گوتیر (۱۹۹۲) نشان دادند که مهم‌ترین عامل در رونق و جذب سرمایه‌گذاری در ورزش حرفه‌ای و قهرمانی، افزایش تعداد تماشاگران است (۱۲) یا کرامپتون (۲۰۱۴) جذب سرمایه‌گذاران و فروش سهام را از عوامل جذب سرمایه بخش خصوصی در تأسیسات مورد نیاز ورزش قهرمانی شناسایی کردند (۱۵). کارمین و همکاران (۲۰۱۴) نیز نشان دادند که برگزاری یونورسیاد دانشجویی بین‌المللی سبب جذب سرمایه‌گذاری شده است (۱۶). الهی (۱۳۸۷) نیز نشان داد نهادهای حمایتی سازمان‌یافته‌ی هواداری از عوامل جذب حامیان مالی است که با نتایج تحقیق حاضر همخوانی دارد (۲۰). به هر حال یکی از عوامل بسیار مهم و تأثیرگذار در رشد اقتصادی صنعت ورزش

و توسعه سرمایه‌گذاری، جذب و حفظ تماشاگران و هواداران با هویت باشگاه و کیفیت داوران و مربیان است که نقش انکارناپذیری در ادامه حیات ورزش و توسعه دارند. هنگامی که این عوامل به صورت سازمان‌دهی شده و در قالب تشکل‌های مشخص به حمایت بپردازند، باشگاه‌ها و سازمان‌های ورزشی از جنبه اقتصادی از آن سود خواهند برد.

در پاسخ به پرسش‌های مصاحبه یکی از ابعاد مهم خروجی از کدها، بعد سیاسی قانونی است که در مؤلفه اول می‌توان به توسعه محیط قانونی و سیاسی کشور در محیط بین‌المللی پرداخت. همچنین وجود قوانین حمایتی و تدوین قوانینی که از سرمایه‌گذار حمایت کند یا آن را تسهیل کند، از موارد مهم توسعه است. در ضمن مدیریت دولتی در ارکان ساختاری سیاسی مانند استفاده از مدیران ورزشی در رأس مدیریت باشگاه‌ها و از این دست موارد و همچنین سیاست‌گذاری کلان کشور براساس تسهیل در روند قانون‌گذاری، بودجه‌های حمایتی را می‌توان یکی از عوامل مهم توسعه سرمایه‌گذاری نام برد. براساس مدل تحقیق، محیط سیاسی - حقوقی از دیگر عوامل محیطی اثرگذار بر توسعه و تعمیم سرمایه‌گذاری ورزش است. نتایج همسو با یافته‌های تحقیقات الهی (۲۰)، الهی و همکاران (۲۱)، سید عامری (۲۲)، مغانی (۱۹)، پاداش (۲۳) و علی‌دوست قهفرخی (۲۴) است که هریک از این پژوهش‌ها عامل سیاسی یا قانونی را به‌عنوان یکی از عوامل مهم در فرایند خصوصی‌سازی و سرمایه‌گذاری بیان کرده‌اند. به‌طور کلی فعالیت‌های سرمایه‌گذاری وابسته به اصول قانونی و حقوقی و سیاسی هر کشور است، انجام فعالیت‌های حمایت مالی و سرمایه‌گذاری خارج از چارچوب قوانین هر جامعه نه‌تنها با موفقیت روبرو نمی‌شود، بلکه مشکلاتی را نیز در این زمینه ایجاد می‌کند، شناخت صحیح و دقیق قوانین مرتبط با فعالیت‌های سرمایه‌گذاری و تعیین مواردی در قوانین کشور که به‌نوعی به‌عنوان مانع بر سر راه فعالیت‌های سرمایه‌گذاری قرار گرفته است، کمکی بزرگ در جهت رفع مشکلات موجود و رسیدن به موفقیت‌هایی در زمینه توسعه سرمایه‌گذاری است. سیاست‌ها و تصمیم‌گیری‌های دولت در امور سیاسی، قانونی نقش تعیین‌کننده‌ای در هر بازار دارد. در اغلب کشورها دولت به‌عنوان قدرت حاکمه در ورزش نقش حساسی دارد. رشد و توسعه اقتصادی صنعت ورزش نیازمند محیط حقوقی و قانونی و سیاسی مناسب است. پرداختن به ورزش حرفه‌ای و مبدل شدن آن به صنعت تمام‌عیار، روابط جدیدی را بین اشخاص حقیقی و حقوقی ایجاد می‌کند که برای تنظیم این روابط لازم است زمینه‌های حقوقی مناسبی فراهم شود. به بیان دیگر، توسعه اقتصادی و سرمایه‌گذاری صنعت ورزش بدون توسعه حقوقی و قانونی لازم میسر نخواهد بود.

یکی از ابعاد مهم مستخرج در کدگذاری انتخابی بدون شک بعد اقتصادی است که مؤلفه‌های اصلی تأمین‌کننده اهداف سرمایه‌گذار را می‌توان در این بعد در نظر گرفت. رسیدن به سود، شفاف بودن مدیریت مالی باشگاه‌ها و سازمان‌های ورزشی و همچنین ایجاد ساختار و سازوکار مالی قدرتمند و همچنین از همه این موارد مهم‌تر که بسیاری از متخصصان به آن اشاره کرده‌اند، رسیدن به ثبات اقتصادی در کشور و سازمان‌های تابعه است که در توسعه سرمایه‌گذاری نقش بسزایی دارند. کارمین و همکاران (۲۰۱۴) شان دادند که تلاش‌های مستمر به‌منظور ایجاد ثبات اقتصادی در سطح کلان و انجام یک‌سری اصلاحات ساختاری در بخش‌های کلیدی اقتصاد به موفقیت در خصوصی‌سازی خواهد انجامید (۱۶).

کميجانی (۱۳۸۲) در تحقیقات خود تقلیل هزینه‌های بودجه‌ای دولت، پاداش (۱۳۸۸)، علی دوست قهفرخی (۱۳۸۹) و جلالی فراهانی (۱۳۹۲) شفاف‌سازی اطلاعات مالی و اقتصادی، سلیمانی (۱۳۹۳) تأثیر مثبت عوامل مالی و سرمایه‌گذاری و دخالت‌های اقتصادی دولت در امور اقتصادی بر پیشبرد خصوصی‌سازی در ورزش و خسروی زاده (۱۳۹۳) موانع اطلاعاتی و بازار سرمایه را عنوان می‌کنند که با یافته‌های مطالعه حاضر همراستاست (۲۶، ۲۵، ۷، ۲۴، ۲۳، ۳۲). الهی و همکاران (۲۱)، محیط نامطمئن اقتصادی و ریسک بالای سرمایه‌گذاری در ورزش کشور را از موانع توسعه صنعت باشگاه‌داری حرفه‌ای فوتبال ایران می‌دانند. منابع اقتصادی از عوامل ضروری برای توسعه ورزش است. منابع مالی و اقتصادی برای برنامه‌های ورزشی به‌عنوان درون‌داد هستند. مثال‌های زیادی از ملت‌ها وجود دارد که با سرمایه‌گذاری موجب بهبود ورزش‌های خود شدند و این سرمایه‌گذاری‌ها اغلب بعد از شکست در رویدادهای بین‌المللی بوده است. تحقیقات نشان داده است که نقش دولت‌ها در فراهم کردن منابع اقتصادی و مالی برای ورزش بسیار حیاتی است و دولت‌ها با فراهم کردن حمایت‌های مالی راه موفقیت ورزش و توسعه سرمایه‌گذاری را هموار می‌سازند. 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 و به تبع آن، جریان سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در کشور افزایش خواهد یافت.

یکی از مؤلفه‌های مهم این بعد تمایل افراد بیشتر جامعه به ورزش است که هرچه این آمار بیشتر باشد، سرمایه‌گذاری توسعه بیشتری خواهد یافت. تمایل بین‌سازمانی عامل رشد بیشتر آمار ورود

1. Input

سرمایه‌گذاران در این حوزه است. ایجاد فرهنگ سرمایه‌گذاری در کشور و به‌خصوص در حوزه دانش‌افزایی می‌تواند در توسعه سرمایه‌گذاری نقش بسزایی داشته باشد. رسانه یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه سرمایه‌گذاری است که با ایجاد برنامه‌های حمایتی برای بهتر دیده شدن سرمایه‌گذاران و برندهای آنان می‌باشد. رجیبی (۱۳۸۸) قش رسانه‌ها و تماشاگران ورزشی در جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی ورزشی را بیان کرده است (۲۷). هیوم و استوارت (۲۰۱۷) 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 (۱۷). بنابراین، تلاش برای ایجاد فرهنگ ورزش و فعالیت بدنی و از بین بردن برخی نگرش‌های منفی نسبت به مشارکت در این‌گونه فعالیت‌ها، به‌ویژه در مورد بانوان، ضروری است. با اتخاذ سازوکارهای فرهنگی - اجتماعی مانند آموزش سبک زندگی ورزش‌محور، ترغیب بانوان جامعه جهت گرایش به سمت ورزش، بالا بردن امنیت شهرها، تقویت و ارتقای سلامت عمومی و افزایش گرایش جوانان به تفریحات سالم، کاهش محدودیت‌های فرهنگی زنان و نهادینه کردن ورزش در جامعه، می‌توان زمینه‌های مختلف فرهنگی اجتماعی را که سبب افزایش میزان مشارکت افراد به ورزش می‌شود، فراهم کرد. از این‌رو پیشنهاد می‌شود که دولت‌ها و مدیران برای برون‌رفت از این مشکل، به اثربخشی و کارایی بخش خصوصی اعتماد داشته باشند و بخش خصوصی را به‌عنوان مولد بسیار خوب در کنار خود پذیرش کنند و این اعتماد و نگرش خوش‌بینانه را با فرهنگ‌سازی مناسب از طریق صداوسیما و... در بین مردم و جامعه، ساری و جاری سازند. همچنین با ایجاد تعهد اجتماعی زمینه مشارکت تمام گروه‌های ذی‌نفع در فرایند سرمایه‌گذاری ورزش را فراهم کنند.

اجرای اصول مدیریتی مانند برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، تصمیم‌گیری و نظارت دقیق از موارد مهم توسعه سرمایه‌گذاری است که باید مناسب برای ورود سرمایه‌گذار باشد. تأمین زیرساخت‌های اجرایی مانند امکانات و تسهیلات مادی و همچنین فراهم کردن فضای امن سرمایه‌گذاری را می‌توان از عوامل مهم توسعه سرمایه‌گذاری دانست. در نتیجه باید از طریق تدوین و تنظیم و برنامه‌ریزی و مدیریت برنامه‌های مطلوب و فراهم کردن تسهیلات لازم و مناسب و منطبق بر اصول و موازین علمی راه برای رسیدن به این اهداف را هموار ساخت. تعیین اهداف طولانی‌مدت دیدی جامع به فرد می‌دهد که به سایر جنبه‌های تصمیم‌گیری شکل می‌دهد و نقش مؤثری را در توسعه سرمایه‌گذاری ورزش در ابعاد مختلف ایفا می‌کند. رضوی (۲۸)، عارفیان (۲۶) اصلاح ساختار موجود ورزش کشور را ضروری می‌دانند، احمدی (۷)، علیدوست قهقرخی (۲۴)، جلالی فراهانی (۲۹)، کمبود هماهنگی واحدهای اجرایی و تعدد مراجع تصمیم‌گیری و

زمان بر بودن آن رضوی (۳۰)، افسای (۲۸) تأخیرها و پیچیدگی‌های بوروکراتیک را از موانع خصوصی سازی ورزش کشور شمرده‌اند که با نتایج تحقیق حاضر همخوانی دارد. موفقیت در هیچ زمینه‌ای و در هیچ شرایطی، جز با وجود نیروی متخصص و به کار بردن اصول صحیح مربوط به آن حیطة امکان پذیر نمی‌شود. موضوع سرمایه‌گذاری نیز از این قاعده مستثنا نیست. بررسی مشکلات مدیریت حمایت‌های مالی و سرمایه‌گذاری و اقدام برای رفع آنها می‌تواند تا حد چشمگیری رضایت خاطر سازمان‌های ورزشی و حامیان مالی را حاصل کند. بر این اساس توصیه می‌شود تا با بهره‌گیری از الگوهای کشورهای موفق در زمینه سرمایه‌گذاری ورزش (البته نه با تقلید)، تدوین و اجرای برنامه جامع و استفاده از روش‌های مناسب در واگذاری‌ها مانند روش تدریجی و مرحله‌ای و با نگاه بلندمدت و تخصصی در مدیریت فرایند سرمایه‌گذاری ورزش کشور در جهت مهیا کردن زیرساخت‌ها و انجام الزامات ضروری قبل، حین و بعد از اجرای سرمایه‌گذاری برنامه‌ریزی کند.

با توجه به شرایط حضور سرمایه‌گذاران در حیطة‌های مختلف می‌توان با ایجاد مشوق‌های مالی مانند 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 از مؤلفه‌های مهمی است که سبب ماندگاری بیشتر سرمایه‌گذاران می‌شود. آموزش سرمایه‌گذاران و مدیران ورزشی نیز از ارکان مهم توسعه سرمایه‌گذاری می‌باشد. برای بهتر دیده شدن سرمایه‌گذاران در بین دست‌اندرکاران ورزشی مانند تماشاچیان و همچنین ساختار حمایتی و روانی مسئولان شرکت‌ها و سازمان‌های تأثیرگذار بسیار دخیل است. نتایج با یافته‌های خاکی (۳۱)، افشاری و همکاران (۳۰) همسو می‌باشد. خاکی (۱۳۹۶) نشان داد وجود قانون حمایتی از شرکت‌ها و حامیان مالی، پرداخت تسهیلات بانکی توسط دولت به شرکت‌های حامی، تدوین آیین‌نامه‌ها و برگه‌های قرارداد حمایت مالی، تصویب و اجرای قانون معافیت مالیاتی اسپانسرهای تیم‌های لیگ برتر، وجود عوامل انگیزشی (کم کردن مالیات و...) برای حضور حامیان مالی، نگرش مثبت مسئولان سیاسی و ورزشی استان به این امر و خلق زمینه‌های همکاری و فرصت‌های همکاری در بلندمدت به‌عنوان گویه‌های حمایتی و مشوق‌ها و قوانین جذب حامیان مالی تیم‌های فوتبال استان مازندران است (۳۱). افشاری و همکاران (۱۳۹۶) نشان دادند که سرمایه‌گذاری و حمایت مالی از عوامل مهم در توسعه اقتصاد ورزشی است. تدوین الگویی واحد برای وضعیت حقوقی و تشویق‌ها و حمایت‌های دولتی از سرمایه‌گذاران به‌گونه‌ای که بتواند اهداف تجاری و ورزشی را همزمان برآورده سازد، سبب بهبود وضعیت عوامل مؤثر بر توسعه سرمایه‌گذاری می‌شود.

مشوق‌های سرمایه‌گذاری همچون تصویب و اجرای قانون معافیت مالیاتی اسپانسرهای تیم‌های ورزشی، افزایش تعرفه‌های تبلیغات برای شرکت‌ها در جراید و روزنامه‌ها، ایجاد تسهیلاتی از سوی صداوسیما برای اسپانسرهای ورزشی، تدوین آیین‌نامه‌ها و فرم‌های قرارداد حمایت مالی، ایجاد آژانس‌های تخصصی بازاریابی ورزشی در کشور، افزایش تعرفه‌های تبلیغات برای شرکت‌ها در تلویزیون، عواملی است که می‌تواند در این راه مؤثر باشد. تدوین قوانین و مشوق‌هایی برای اسپانسرهای تردید علاقه‌مندی آنها را برای سرمایه‌گذاری افزایش می‌دهد، به آنها اطمینان بیشتری برای دستیابی به اهداف خود خواهد داد (۳۰).

به‌طور کلی بر پایه مدل حاضر می‌توان فرایند توسعه سرمایه‌گذاری را تحلیل کرد و به‌نوعی به دسته‌بندی جدید دست یافت که مبتنی بر نظرهای خبرگان ورزش است. این مدل، شناختی جامع و کلان را بر پایه شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر توسعه سرمایه‌گذاری ورزشی و چگونگی تعامل آنها با یکدیگر فراهم می‌آورد و چارچوبی مناسب برای مطالعات بیشتر و دقیق‌تر در این حوزه به‌شمار می‌آید. به‌طور کلی باید گفت که توسعه سرمایه‌گذاری ورزش از یک طرف متضمن شناسایی عوامل اثرگذار بر جذب حامیان مالی، تقویت منابع مالی و توسعه زیرساخت‌ها و تجهیزات ویژه ورزش، گسترش فرهنگ ورزشی، استفاده از رسانه و تبلیغات، افزایش سرمایه‌گذاران، تماشاگران، بهبود ظرفیت‌ها و از سوی دیگر، توسعه و تقویت ارتباطات، سازمان‌دهی و اصلاح ساختار، برنامه‌ریزی مدون و تدوین قوانین و مقررات، ایجاد شرایط مناسب برای سرمایه‌گذاری، مدیریت دولتی و ثبات اقتصادی و ایجاد سازوکار اقتصادی و ... است. بنابراین، با رعایت مقوله‌های راهبردی مذکور می‌توان شاهد بهبود و توسعه سرمایه‌گذاری ورزشی بود. از محدودیت‌های تحقیق نیز می‌توان به همکاری اندک برخی از استادان و متخصصان برای انجام مصاحبه کیفی، کمبود دسترسی به آنان، محافظه‌کاری در پاسخگویی به برخی پرسش‌ها با وجود اطمینان به مصاحبه‌شوندگان در مورد محرمانه ماندن و ... اشاره داشت. با توجه به آثار و فواید بسیار صنعت بازاریابی پرداختن به بازاریابی و سرمایه‌گذاری ورزشی می‌تواند در کاهش بسیاری از مشکلات مانند بیکاری و رکود صنایع ورزشی و غیرورزشی مؤثر باشد و همچنین موجب کاهش تدریجی وابستگی سازمان‌های ورزشی همچون فدراسیون‌ها، هیأت‌ها و ... به بودجه دولت، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و پویایی هرچه بیشتر رشته‌های ورزشی در نتیجه دستیابی به کانال‌های درآمدزایی جدید شود. با توجه به اشباع بازارها، تشدید رقابت در سطح بین‌الملل، تغییر در سلیقه‌ها و نیازهای طرفداران ورزشی، صنعت ورزشی ایران را با موانع متعددی مواجه کرده است. در این شرایط صنعت ورزش چنانچه بتواند از شرایط فعلی به‌درستی استفاده

کند، می‌تواند بر این چالش‌ها و موانع فائق آید و بقای خود را تداوم بخشد و مزیت رقابتی لازم به‌منظور ورود به بازارهای جهانی را کسب کند. در این شرایط پیاده‌سازی رویکردها و مدل‌های ارائه‌شده در خصوص سرمایه‌گذاری ورزشی می‌تواند نقش بسیار مهمی را در سیاست‌ها و استراتژی‌های سرمایه‌گذاری بین‌المللی باشگاه‌ها و... مانند ارتباط با هواداران، معرفی محصولات جدید، اصلاح و تغییر ذهنیت طرفداران و هواداران و کارکنان نسبت به باشگاه و برند آنها ایفا کند. پیشنهاد می‌شود با ایجاد سیستم یکپارچه مدیریتی و ایجاد ثبات مدیریتی در فدراسیون‌های ورزشی بتوان بر بسیاری از عوامل دیگر تأثیرگذار در سرمایه‌گذاری در ورزش از جمله عوامل مالی و اقتصادی، عوامل تبلیغاتی و بازاریابی و حقوقی و قانونی، اجتماعی و ... تأثیرگذار بود. همچنین با تشکیل انجمن‌های صنفی رشته‌های مختلف ورزشی و مشاغل ورزشی اقدام به تعریف این مشاغل به‌عنوان حرفه‌های مورد تأیید بازار کار با بهره‌گیری از مزایای قانون کار و استفاده از معافیت‌های مالیاتی کرد. سیستم دولتی نیز با مدیریت و نظارت بر قراردادهای ورزش حرفه‌ای و ایجاد شفافیت در این زمینه اقدام کند. همچنین پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده به طراحی و تدوین الگوی اجرایی توسعه سرمایه‌گذاری و مطالعه تطبیقی کشورهای توسعه‌یافته پرداخته شود. در پایان پیشنهاد می‌شود تمام عوامل مؤثر به‌صورت یک مجموعه در نظر گرفته شوند، چراکه بدون تغییر نگرش در میان مدیران و کارشناسان ورزش بستر مناسب برای ورود سرمایه امکان‌پذیر نخواهد بود.

تشکر و قدردانی

نویسندگان بر خود لازم می‌دانند از تمامی افرادی که آنها را در مراحل پژوهش یاری کرده‌اند تشکر و قدردانی فراوان کنند.

منابع و مآخذ

1. Prunaa R, Tribaldosb LM, Bahdur K. Player talent identification and development in football Apunts Medicina de l'Esport. 2018;53(198):43-6.
2. Faraziani F. Designing a Private Sector Investment Model in Iranian Sports. Payam Noor University. 2016;1(1):1-9(In Persian).
3. Mohammadi H. Investment and its Importance in Achieving the Economic Goals of the Progress Document. Fifth Iranian Islamic Progress Conference. 2016;1(1):1-9(In Persian).
4. Park S-H, Mahony DF, Kim Y, Kim YD. Curiosity generating advertisements and their impact on sport consumer behavior. Sport Management Review. 2015;18(3):359-69.

5. Askarian F. Investigation of Economic Status of Iranian Sport Industry in 1998 and 2001 Based on Estimation of PhD Thesis. Faculty of Physical Education and Sport Sciences University of Tehran. 2004;1(1):1-9(In Persian).
6. Ehsani M, Aboodarda Z, Eghbali M. Investigating the Reasons of Sponsors for Isfahan Women's Professional Sport. *Journal of Motor Science and Sport*. 2008;12(3):111-20(In Persian).
7. Jalali Farahani M, Alidoust Ghahfarkhi E. Analysis of Economic Barriers Affecting the Implementation of the General Policies of Article 44 of the Constitution in Iranian Professional Sport. *Sport Management Studies*. 2013;5(19):109-28(In Persian).
8. Jones CP, Jensen GR. *Investments: Analysis and Management*. Edition t, editor. United States: wiley publication; 2016. 640 p.
9. Kazemi MR. Describe the marketing mix elements in the Iranian soccer industry and compare it with South Korea and Japan and provide a suitable template. Faculty of Physical Education and Sport Sciences Kharazmi University. 2008;1(1):1-9(In Persian).
10. Safarnejad M. Formulation of Sports Marketing Strategic Plan of the Federation of Public Sports of the Islamic Republic of Iran. South Azad University of Tehran. 2015;1(1):1-9(In Persian).
11. Rahbar F, Mozaffari Khamane F, Mohammadi S. Investment Difficulties and its Effect on Economic Growth in Iran. *Journal of Economic Research*. 2007;42(4):1-24(In Persian).
12. Hansen H, Gauthier R. Factors Affecting Attendance at Professional Sport Events. 1989;3(1):15.
13. Luiz J, Fadal R. An Economic Analysis of Sports Performance in Africa. *Economic Research Southern Africa*, University of Cape Town, Working Papers. 2010;38(10):869-83.
14. Nauright J, Ramfjord J. Who owns England's game? American professional sporting influences and foreign ownership in the Premier League. *Soccer & Society*. 2010;11(4):428-41.
15. Crompton JL. Proximate development: an alternate justification for public investment in major sport facilities? *Managing Leisure*. 2014;19(4):263-82.
16. KRAMIN TV, SAFIULLIN LN, TIMIRYASOVA AV. Defining Priorities of Management of Investment Attractiveness of the Region and their Consideration in the Framework of Implementing Large Sports Events. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. 2014;5(18):275-76.
17. Hume P, Stewart A. Physique Assessment in Youth Sports for Talent Identification and Development. 2018. p. 3-10.
18. Afshari M. Analysis of Factors Affecting Economic Development of Iran's Sports Industry. 10th International Conference on Sport Science Tehran. 2016;1(1):1-9(In Persian).
19. Moghani H. Designing and Explaining the Role of Government in the Process of Privatization of Iranian Sport. Urmia University. 2015;1(1):1-9(In Persian).

20. Elahi A. Barriers and Strategies for Economic Development of the Iranian Football Industry. Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Tehran. 2008;1(1):1-9(In Persian).
21. Elahi AR, Sajadi N, Khabiri M, Abrishami H. Barriers to the Development of Attracting Financial Support Spending in the Football Industry of the Islamic Republic of Iran. Journal of Sport Management. 2009;1(1):189-202 (In Persian).
22. Seyed Ameri MH, MoharramZadeh M, Bashiri M, Hadi H. Investigating Barriers to Attracting Sponsors in the Sports Industry of East Azerbaijan Province. Journal of Beyond Management. 2009;3(10):164-74(In Persian).
23. Padash D. Prioritization of Factors Affecting the Privatization of Sports Clubs Using the Hierarchical Analysis Process. University of Isfahan. 2009;1(1):1-9(In Persian).
24. Alidoust Ghahfarkhi I. Analysis of Barriers to Implementation of Article 44 General Policies in the Professional Sports of the Islamic Republic of Iran. University of Tehran. 2010;1(1):1-9(In Persian).
25. Soleimani T, Gharakhkhani H, Saghi J, Heidarloo H. Investigating the Role of Economic Factors on Privatization in Sport from the Experts' Perspective. Eighth International Conference on Physical Education and Sport Sciences. 2014;1(1):1-7(In Persian).
26. Khosravi Zadeh, Esfandiar; Bahrami, Alireza; Haghdadi, Abed. (2014) "Barriers to investment and private sector participation in sports in Markazi province". Sports Management Studies, 6 (24), 222-207. (In Persian).
27. Rajabi M. Reasons for not sponsoring manufacturing companies (private) for championship sport in Isfahan city. Mazandaran University. 2009;1(1):1-8(In Persian).
28. Razavi MH, 2004. Analysis of Privatization Policy in Iranian Sports with Emphasis on Championship Sports. University of Tehran. 2004;1(1):1-9(In Persian).
29. Ahmadi A. The Obstacles and Problems of the Privatization of the Sports Field from the Perspective of the Owners of Clubs and Private Sports Centers in Urmia City. Urmia University. 2006;1(1):1-10(In Persian).
30. Afshari A. Investigating the Barriers to Privatization of the Clubs of the Professional Football League of Iran. Islamic Azad University, Mobarak Branch 2012;1(1):1-8(In Persian).
31. Khaki P. Investigating Factors Affecting the Funding of Mazandaran Province Football Teams. Mazandaran University. 2016;1(1):1-7(In Persian).
32. Komijani, A. (2003) Evaluation of economic performance in Iran. Publications of the Deputy Minister of Economic Affairs of the Ministry of Economic Affairs and Finance, Tehran, first edition, p .: 59. (InPersian).

A Paradigm Model of Investment Development in Iran Sport

Abolfazl Emami¹- Farshad Emami^{*2}- Mostafa Afshari³

1. Ph.D. Student, Department of Sport Management, Ayatollah Amoli Branch, Islamic Azad University, Amol, Iran 2. Assistant Professor, Department of Sport Management, Ayatollah Amoli Branch, Islamic Azad University, Amol, Iran 3. Assistant Professor, Department of Sport Management, Sport Management Research Center, Sport Sciences Research Institute, Tehran, Iran

(Received: 2019/09/17; Accepted: 2019/11/13)

Abstract

The aim of the present study was to develop a model for investment development in Iran sport. This study used a qualitative methodology and the grounded theory. The statistical population included those with management experience in different levels of Iran sport, sport management professors of Iran universities, and sport economics experts and activists. 15 subjects were selected for interviews by theoretical, purposive and snowball sampling methods. Open, axial and selective coding were used to analyze the data. The results showed that laying the suitable groundwork for sport investors, developing maximum participation of people and different strata, providing sport customers with appropriate services and favorable conditions for the attractiveness of sport were reported to be amongst the causal factors of investment development. Contextual factors also encompassed the quality of sport, active media, and incentives. Intervening factors were, then, found to be public administration, cumbersome laws, political - legal environment, as well as executive infrastructures. Strategies included providing investor profits, marketing development, establishing economic mechanisms and economic stability and power and their consequences, sport for all policy, increasing the number of spectators, maximizing the number of investors, creating economic capacity and indicators and favorable conditions for sport in Iran. The present model is a suitable national framework for studies in this field and may pave the way as an introduction for investing in sport in Iran.

Keywords

Economic factors, economic stability, investment, managerial factors, political-legal factors.

* Corresponding Author: Email: f_emami2007@yahoo.com; Tel: +9809191272049