

Research Paper

## Identification of the Problems of Entering the Wealthy Owners in Iranian football Using Interpretive-Structural Modeling Technique

B. Yousefi<sup>1</sup>, A. Naseri<sup>\*2</sup>

1. Associate Professor, Faculty of Physical Education, Razi University

2\*. Ph.D. Student of Marketing and Media Management In Sport, Razi University (Corresponding Author)

Received: 2019/01/02

Accepted: 2019/06/17

### Abstract

With the arrival of investors and injection of financial resources into Iranian football, it is a great opportunity to improve the quality of the clubs, but this opportunity can turn into a very serious threat in a particular situation. The purpose of this study was to investigate and identify the problems of arrival of the wealthy owners into Iranian football. In this applied study, the sequence and relationships between identified elements was determined through the interpretive structural modeling technique and views of the experts. According to the results of the interviews as well as the research literature, a set of these elements was identified (13 items). These factors were analyzed using this technique and finally the relationship and sequence of indicators were obtained. The insights that this model provides to managers can help them in strategic planning to improve the presence of sponsors and establish an appropriate ownership structure in clubs.

**Keywords:** Sport Economics, Football, Wealthy Owners, Interpretive Structural Modeling.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

1. Email: byousefy@razi.ac.ir

2. Email: a.naseri@modares.ac.ir



**Abstract**

In recent years, there have been dramatic changes in the way football is organized, as evidenced by the creation of the Premier League, the introduction of all-seater stadia, the increasing money from TV deals, the dramatic rise in ticket prices, the transformation of clubs into Pics, and the growing media ownership of football clubs. Against this background of change one fact remains constant football clubs need wealthy owners if they are to survive and flourish. Wealthy owners play a vital role not just by turning up and lifting their team's spirits when they are down, but often by providing financial support to buy players or simply by providing funds to keep their club going (Hamil, Michie, Oughton & Warby 2000). With the arrival of investors and the injection of financial resources into Iranian football, it is a great opportunity to improve the quality of the clubs, but this opportunity can turn into a very serious threat in a particular situation (Hu. & Izumida, 2008). The purpose of this study was to investigate and identify the problems of entering the wealthy owners into Iranian football.

The Interpretive structural modeling (ISM) approach was used in this applied study to determine the sequence and relationships between identified elements. The ISM started with an identification of variables relevant to the problem or issue and extended with a group problem-solving technique. Then, a contextually relevant subordinate relation was chosen. After deciding on the element set and the contextual relationship, a structural self-interaction matrix (SSIM) was developed based on a pairwise comparison of the variables. The next step was to transform the SSIM into a reachability matrix (RM) and check its transitivity. Once the transitivity embedding was completed, a matrix model was obtained. Then, the partitioning of the elements and the extraction of the structural model, called ISM, were derived. In this approach, a systematic application of some elementary notions of graph theory was used in such a way that theoretical, conceptual and computational leverage was exploited to explain the complex pattern of contextual relationships between a set of variables. The ISM was intended for use when systematic and logical reasoning is to be used to

consider a complex problem (Mandal & Deshmukh, 1994). Altogether, the various steps in the ISM methodology were as following: Step 1: Identifying the studied variables (criteria); Step 2: Formation of SSIM; Step 3: Formation of RM; Step 4: Formation of final access matrix developed from SSIM and the matrix transition was verified; Step 5: Determining the level of indicators; Step 6: Mapping the final model of interpretive structure; Step 7: Analyzing the influence and degree of dependence;

Based on the findings of the research and views of experts, thirteen variables were identified as follows: The elimination of systematic and integrated marketing processes; False increase in player prices; Money laundering wealthy owners; Interference of wealthy owners in technical matters; Achieving exclusive opportunities, due to the reputation they have gained; Deceptive financial balance; Enhancing the presence of illegal dealers in football layers; Getting away from becoming professional; Weakening of the academies; Becoming clubs into pure consumers; Lack of transparency of financial statements; Creating a gap between teams; Expenditures of the league instead of earnings; Advantage of the ISM methodology is that variables can be categorized depending upon their driving power and dependence. The driving power of an enabler was defined as the total number of enablers, and dependence was the total number of enablers that are responsible for this enabler. Based on the driving power and dependence, the graph plotted is called a digraph. In this digraph, the identified enablers were classified into four clusters, namely, autonomous, dependent, linkage and independent. Autonomous Enablers (I) were the first cluster having those enablers that had weak driving power and weak dependence. Dependent Enablers (II) were the second cluster having those enablers that had weak driving power but strong dependence. Linkage Enablers (III) were the third cluster having those enablers that had strong driving power and strong dependence. Independent Enablers (IV) were the fourth cluster having those enablers who had strong driving power and weak dependence.

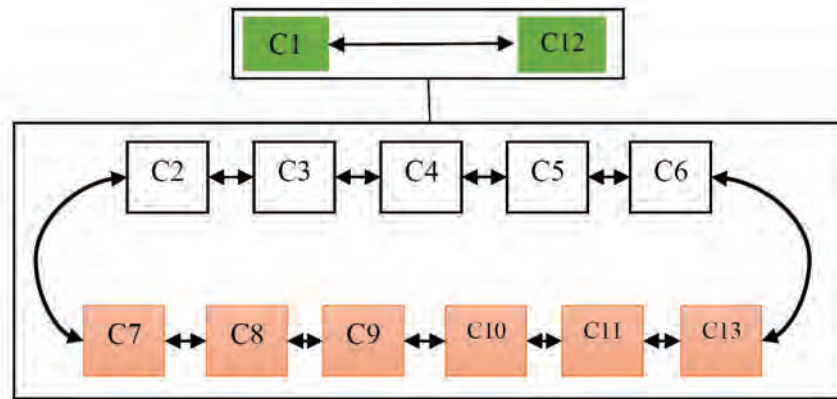


Figure 1- Model of the Problems of Entering Wealthy Owners From Structural Equations

Without doubt, the presence of wealthy owners qualified in the current situation that most football clubs face with many financial problems, it can be considered as a great help to football. However, what has happened over the years that many of these people have entered football, instead of seeing the development of the clubs, we have seen unprecedented costs, which ultimately buy a few expensive stars and possibly a short-term success in the results. Looking ahead to the arrival date, they seem to have not yet achieved many achievements for the country's football. From teams like "Keshavarz", "Tejarat", and "Homa" to "Estil Azin", "Rah Ahan" and "Naft" in recent years. The wealthy owners of the first day entered into football as a savior, but some of them were suddenly caught up in strange financial records following their power and reputation. In any case, under the proper supervision of investors and the provision of facilities for the return of capital through sports, this capacity can be used to develop the country's football.

**Keywords:**

Sport economics, Football, Wealthy owners, Interpretive-structural modeling.

**Reference**

1. Hamil S, Michie J, Oughton C, Warby S. 2000. Recent developments in football ownership. Soccer & Society. Sep 1;1(3):1-0.
2. Hu Y, Izumida S. 2008. The relationship between ownership and performance: A review of theory and evidence. International Business Research. Oct;1(4):72-81.
3. Mandal A, Deshmukh SG. 1994. Vendor selection using interpretive structural modelling (ISM). International Journal of Operations & Production Management. Jun 1;14(6):52-9.



## شناسایی مشکلات ورود مالکان ثروتمند به فوتبال ایران با استفاده از تکنیک مدل سازی ساختاری-تفسیری

بهرام یوسفی<sup>۱</sup>، علی ناصری<sup>۲\*</sup>

۱. دانشیار دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه رازی، کرمانشاه

\*۲. دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی و رسانه در ورزش، دانشگاه رازی، کرمانشاه (نویسنده مسئول)

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۳/۲۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۱۰/۱۲

### چکیده

ورود سرمایه‌گذاران و تزریق منابع مالی به فوتبال ایران فرصت بسیار مناسبی برای ارتقای سطح کیفی باشگاه‌ها است. اما این فرصت می‌تواند در شرایطی خاص به تهدیدی کاملاً جدی تبدیل شود؛ از این رو پژوهش حاضر با هدف شناسایی مشکلات ورود مالکان ثروتمند به فوتبال ایران انجام شد. این پژوهش از نظر هدف در حیطه مطالعات کاربردی است. برای تعیین توالی و روابط میان عناصر شناسایی شده با رویکرد مدل سازی ساختاری-تفسیری از دیدگاه صاحب نظران استفاده شد. با توجه به نتایج مصاحبه‌ها و همچنین ادبیات پژوهش، مجموعه‌ای از این عناصر به تعداد ۱۳ مورد شناسایی شد. این عوامل با استفاده از این تکنیک، تجزیه و تحلیل و در نهایت ارتباط و توالی شاخص‌ها به دست آمده‌اند. بینشی که این مدل به مدیران ارائه می‌کند، می‌تواند به آن‌ها در برنامه‌ریزی راهبردی برای بهبود شرایط حضور حامیان مالی و استقرار ساختارهای مالکیتی مناسب در باشگاه‌ها کمک کند.

**واژگان کلیدی:** اقتصاد ورزش، فوتبال، مالکان ثروتمند، مدل سازی ساختاری-تفسیری.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

1. Email: byousefy@razi.ac.ir
2. Email: a.naseri@modares.ac.ir



### مقدمه

صنعت ورزش یکی از درآمدزاترین صنایع قرن بیست و یکم به‌شمار می‌رود؛ به طوری که به سرعت جهانی شده است، قلمرو آن همه‌جا را تسخیر کرده است و در سراسر دنیا ریشه دوانیده است تا میلیاردها انسان از آن بهره‌مند شوند. این صنعت با دراختیار داشتن عامل محرکی همچون مسابقات بزرگ ورزشی، امکان بهره‌گیری از فرصت‌های تبلیغاتی و رسانه‌ها را فراهم کرده است. همین موضوع به نوبه خود بستری مناسب را برای تعامل بین صنعت، تجارت و ورزش ایجاد کرده است (الهی، سجادی، خیبری و ابریشمی، ۲۰۰۹، ۱۹۰). فوتبال بخش عمده‌ای از صنعت ورزش در جهان است و به لحاظ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بر ورزش و جامعه جهانی اثرات زیادی برجای گذاشته است. لبریز بودن ورزشگاه‌ها و برخورداری رقابت‌ها از بینندگان چند صد میلیونی فوتبال را مردمی‌ترین ورزش جهان معرفی کرده است (چستر<sup>۱</sup>، ۲۰۰۲). جیسون<sup>۲</sup> نیز در سال ۲۰۱۴ جامعه آماری فوتبال‌بلیست‌ها را افزون بر ۲۶۵ میلیون نفر اعلام کرده است. سازمان اقتصادی دلویت<sup>۳</sup> در سال ۲۰۱۶، گردش مالی صنعت فوتبال اروپا را در فصل ۲۰۱۵-۲۰۱۴، بالغ بر ۲۲ میلیارد یورو و در فصل ۲۰۱۷-۲۰۱۶، بیش از ۲۵ میلیارد یورو پیش‌بینی کرده است (رضایی، ۲۰۱۶، ۱۹۲). همگام با افزایش تمایلات به این رشته ورزشی تغییرات زیادی در فوتبال و امور مربوط به آن به وجود آمده است؛ تاجایی که فوتبال حرفه‌ای در سال‌های اخیر مقایسه‌شدنی با سال‌های گذشته نیست (مورو<sup>۴</sup>، ۲۰۱۳). چنین ظرفیت‌های کم‌نظیری سبب شده است تا اشتیاق سرمایه‌گذاران برای ورود به این عرصه بیش از گذشته به چشم آید؛ به نحوی که روند سرمایه‌گذاری و تملک بر باشگاه‌های حرفه‌ای دنیا در مقایسه با گذشته دچار دگرگونی‌های فراوانی شده است؛ تاجایی که دیگر تعجب‌آور نیست که تعداد بسیار زیاد مالکان ثروتمند خارجی را در حال قبضه بر لیگ‌های اروپایی مشاهده کنیم (ویلسون، پلملی و رامچاندنی<sup>۵</sup>، ۲۰۱۳، ۲۴). از ابتدای قرن بیست و یکم ما شاهد افزایش اهمیت مالکیت باشگاه‌ها به دلیل تغییر انگیزه‌های اقتصادی و افزایش تمایل به استفاده مالی از سرمایه‌گذاران خصوصی هستیم (پلملی، ویلسون و رامچاندنی، ۲۰۱۷، ۱۸). از آنجاکه باشگاه‌های فوتبال اروپا به‌طور معمول از اهداف مالی یا ورزشی مانند افزایش سود و پیروزی پیروی می‌کنند، (گارسیا و زیمانسکی<sup>۶</sup>، ۲۰۰۹، ۵۷)، پژوهشگران یک جریان پژوهشی را به‌منظور بررسی تأثیر مالکیت باشگاه‌ها و سیستم‌های حاکمیتی بر عملکرد ورزشی باشگاه‌های فوتبال راه‌اندازی کرده‌اند. علاوه بر این، مدیران باشگاه‌های حرفه‌ای به درک مفاهیم سرمایه‌گذاری باشگاه‌های فوتبال بسیار علاقه‌مند شده‌اند (روهده و بروئر<sup>۷</sup>، ۲۰۱۷، ۲۷۳).

با توجه به مطالبی که ذکر شد، اهمیت مالکیت و سرمایه‌گذاری در بخش ورزش و به‌ویژه فوتبال بر کسی

1. Chester
2. Jason
3. OED
4. Morrow
5. Wilson, Plumley & Ramchandani
6. Garcia & Szymanski
7. Rohde & Breuer

پوشیده نیست، اما گاه این فرایند به جای حرکت در مسیر صحیح و سازنده خود، شاهد ظهور گونه‌های مخرب در بدنه‌اش است. یکی از این موارد ورود برخی از مالکان متمول به این عرصه است که با اهداف و انگیزه‌های مختلف ساختار مشوش فوتبال کشور را بیش از پیش به آشفتگی کشانده‌اند؛ البته ورود ثروتمندان به فوتبال به خودی خود فرصت بسیار خوبی برای ارتقای سطح کیفی باشگاه‌ها و لیگ محسوب می‌شود، اما این فرصت در ایران با عملکرد نامناسب و مقاصد غیرورزشی بسیاری از این افراد به تهدیدی کاملاً جدی تبدیل شده است؛ بنابراین لازم است پیش از بررسی این نوع خاص از مالکیت، ویژگی‌های مالکیت در فوتبال حرفه‌ای دنیا و همچنین انواع آن را در پیشینه پژوهش جست‌وجو و تشریح کنیم.

### ساختار مالکیت در فوتبال اروپا

روهد و بروئر (۲۰۱۷) با بررسی تاریخچه و موقعیت بازار پنج لیگ بزرگ اروپایی (انگلیس، اسپانیا، ایتالیا، فرانسه و آلمان) بیان کردند که مالکیت در باشگاه‌های اروپایی بسیار متنوع است؛ به‌عنوان مثال، یک باشگاه ممکن است به اعضای آن، بازرگانان ملی یا منطقه‌ای، شرکت‌های صنعتی، شرکت‌های سرمایه‌گذاری ورزشی، یا سرمایه‌گذاران خارجی متعلق باشد. علاوه بر این، دسترسی به اطلاعات مالی مربوط به سود و زیان و ارزش‌های باشگاه و بازیکنان در این لیگ‌ها هر یک به صورتی محدود شده است؛ برای مثال، انگلستان برای حدود یک دهه به‌طور منظم اطلاعات مالی‌اش را در گزارش‌های سالانه خود منتشر کرده است و لیگ حرفه‌ای فوتبال<sup>۱</sup> فرانسه نیز چنین کاری را انجام داده است. اطلاعات مالی باشگاه‌های اسپانیایی و ایتالیایی را نیز می‌توان از شرکت‌های ثبت‌شده در بورس خریداری کرد؛ درحالی‌که انجمن‌های عضو اتحادیه‌های آلمان به انتشار هیچ‌گونه اطلاعات مالی مجبور نیستند. به‌طور کلی، در فوتبال حرفه‌ای اروپا سه نوع مالکیت وجود دارد: انجمن‌های عضو، شرکت‌های خصوصی و شرکت‌های ثبت‌شده در بورس (فرانک<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰، ۱۱۳).

اعضای انجمن‌ها در واقع اعضای اصلی آن باشگاه‌ها هستند. در آلمان بسیاری از باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال همچنان دنباله‌رو انجمن اعضا هستند. از جمله باشگاه‌های پیشرو سنتی می‌توان به شالکه و اشتونگارت اشاره کرد؛ درحالی‌که در اسپانیا تنها چهار باشگاه را (رئال مادرید، بارسلونا، اوساسونا، بیلباو) به عضویت در این انجمن‌ها مجاز دانسته‌اند (گارسیا و رودریگز<sup>۳</sup>، ۲۰۰۳، ۲۵۵). بیشتر باشگاه‌ها در انگلستان در اواخر قرن نوزدهم به شرکت‌های سهامی تبدیل شدند (لیچ و زیمانسکی<sup>۴</sup>، ۲۰۱۵، ۳۳). در ایتالیا باشگاه‌ها پس از سال ۱۹۶۶ اجازه یافتند که داوطلبانه به شرکت تبدیل شوند. پس از آن در سال ۱۹۸۱ آن‌ها را به انجام این کار مجبور کردند. در فرانسه نیز باشگاه‌ها به تبدیل شدن به شرکت‌های خصوصی یا شرکت‌های دولتی مجبور شده‌اند؛ باین‌حال، برخی از اعضای انجمن فرانسوی هنوز سهم عمده‌ای در باشگاه‌های خود دارند (گوگت

1. Ligue de Football Professionnel (LFP)
2. Franck
3. García & Rodríguez
4. Leach & Szymanski



و پریمالت<sup>۱</sup>، ۲۰۰۶، ۵۱). رابطه بین ساختار مالکیت و عملکرد تجاری به‌طور گسترده‌ای در ادبیات امور مالی شرکت‌ها بررسی شده است. ساختار مالکیت ابزار بسیار مهمی برای حاکمیت شرکتی است تا بتواند تضاد منافع بین سهامداران و مدیران را حل کند (هو و ایزومیدا<sup>۲</sup>، ۲۰۰۸، ۷۴). در پژوهش‌های علمی معمولاً به دو نوع حاکمیت شرکتی توجه شده است که عبارت‌اند از: ۱- سیستم مالکیت متمرکز و ۲- سیستم مالکیت غیر متمرکز (کافی<sup>۳</sup>، ۲۰۰۵، ۲۰۱).

نوع اول نشان می‌دهد که قدرت نظارت<sup>۴</sup>، سرمایه‌گذاران و سهامداران بزرگ (داشتن حداقل پنج درصد از مالکیت سهام) بیش از تصمیم‌های مدیریتی شرکت است. این امر به‌خاطر انگیزه‌های این صاحبان برای محافظت فعالانه از سرمایه‌گذاری خود است. در مقابل شرکت‌هایی هستند که تحت مالکیت غیرمتمرکز هستند که بیانگر قدرت ضعیف حاکمیتی آن‌هاست؛ زیرا سرمایه‌گذاران با منافع مالکیت اندک انگیزه کمتری برای توجه به تصمیم‌های راهبردی<sup>۵</sup> شرکت دارند و بنابراین انگیزه کمتری نیز برای نظارت بر رفتارهای اجرایی سطوح بالا دارند؛ باین‌حال این نوع دسته‌بندی در صنعت ورزش (به‌ویژه در رابطه با باشگاه‌های حرفه‌ای، جایی که اهداف تجاری شامل ملاحظات مالی و موفقیت در «زمین مسابقه» است)، تحلیل و شرایط ویژه خود را می‌طلبد (ویلسون، ۲۰۱۳).

### مدل‌های مالکیت در فوتبال

همیل و چادویک<sup>۶</sup> (۲۰۱۰) از زمان شکل‌گیری لیگ برتر انگلستان<sup>۷</sup> در سال ۱۹۹۲ سه مدل مالکیت خود را معرفی کرده‌اند که هر یک از آن‌ها انگیزه‌ها و اندازه‌گیری‌های متفاوتی در برابر موفقیت دارند. این مدل‌ها عبارت‌اند از: مدل مالکیت بازار سهام، مدل مالکیت خصوصی داخلی و مدل مالکیت خصوصی خارجی. آن‌ها پیشنهاد می‌کنند که هر سه مدل از لحاظ قانونی ضروری هستند؛ اگرچه نوع مالکیت می‌تواند بر مدیریت باشگاه فوتبال تأثیر بگذارد. در ادامه درباره این مدل‌ها توضیح داده می‌شود.

الف- مدل مالکیت بازار سهام  
از اواخر قرن چهاردهم باشگاه‌های فوتبال با توجه به کاهش چشمگیر سهمیه سهام و همچنین به‌دلیل بازده ضعیف سرمایه‌گذاری، مشکلی بزرگ برای درآمدزایی بر سر راهشان قرار گرفت. ظاهراً شرکت‌های ایالتی، دیگر به‌سادگی باشگاه‌های فوتبال را فرصت‌هایی جذاب برای سرمایه‌گذاری تلقی نمی‌کردند. همین موضوع بازار سهام را برای ورود به این بحران به‌حرکت درآورد. مدل مالکیت بازار سهام از سال ۱۹۸۰ شروع شد و باشگاه

1. Gouguet & Primault
2. Hu & Izumida
3. Coffee
4. Monitoring
5. Strategic
6. Hamil & Chadwick
7. England Premier League (EPL)

تاتنهام اولین باشگاه فوتبال بود که در سال ۱۹۸۳ در بازار بورس قرار گرفت (دابسون و گودارد، ۲۰۱۱). اهمیت این مالکیت زمانی احساس شد که ارزش سهام تاتنهام و منچستر یونایتد بین دسامبر ۱۹۹۴ و دسامبر ۱۹۹۶ به ترتیب ۳۰۰ و ۴۰۰ درصد افزایش یافت. از طرفی ارزش کل باشگاه‌های لیگ برتر انگلستان در مجموع از طریق فروش سهام حدود ۱۷۵ میلیون پوند افزایش یافت.

ب- مدل مالکیت خصوصی (داخلی)

براون<sup>۲</sup> (۲۰۰۷) دریافت که مدل مالکیت خصوصی داخلی می‌تواند برای منافع بخش‌هایی از باشگاه‌های بزرگ که سرمایه‌های کلانی می‌طلبند، مفید واقع شود؛ در نتیجه، مدل مالکیت داخلی جایگزین سرمایه‌گذاران خصوصی شد. مدل مالکیت داخلی تقریباً یک نسخه دقیق از مدل مالکیت خارجی است؛ چراکه سرمایه‌گذارانی در این مورد سرمایه‌گذاری می‌کنند که اغلب دارای وابستگی احساسی به یک باشگاه خاص هستند؛ البته درباره این مدل در مقایسه با سایر موارد شک و تردید بیشتری وجود دارد؛ به این معنی که آیا این مدل مالکیتی به‌سادگی می‌تواند به اندازه شرکت‌های بزرگ در باشگاه‌های پایین‌تر لیگ نیز کار کند؟

ج- مدل مالکیت خصوصی (خارجی)

همان‌طور که صنعت فوتبال بیشتر تجاری شده است، هزینه‌های لازم برای اداره باشگاه‌ها نیز (با در نظر گرفتن افزایش دستمزد بازیکنان و مربیان) به میزان چشمگیری افزایش یافته است؛ بنابراین بسیاری از صاحبان آن‌ها قادر به ارائه سطح مورد نیاز سرمایه‌گذاری برای رقابت نیستند و بیشتر سهامشان را به مالکان ثروتمند خارجی فروخته‌اند. با توجه به اینکه مالکیت خارجی پدیده نسبتاً جدیدی است، این واقعیت که بسیاری از باشگاه‌ها در پی سرمایه‌گذاری برای کاهش مشکلات مالی خود هستند، در حال تبدیل شدن به یک مسئله طبیعی است (ویلسون، ۲۰۱۳، ۲۴-۲۲).

رابرت ویلسون، با بررسی لیگ برتر انگلستان بیان کرد که منبع اصلی این نوع از سرمایه‌گذاری‌ها در سالیان اخیر از «مالکان ثروتمندی»<sup>۳</sup> بوده است که از خارج کشور می‌آیند. طبق پژوهش‌های وی تا سال ۲۰۱۳، از ۲۰ باشگاه حاضر در «ای.پی.ال.»<sup>۳</sup> نه مورد به سرمایه‌گذاران خارجی متعلق بود. اولین رخداد بزرگ سرمایه‌گذاری خارجی در «ای.پی.ال.» خرید باشگاه فوتبال چلسی در سال ۲۰۰۳ توسط آبراموویچ بود. از این دست سرمایه‌گذاری‌ها (مالکان خارجی) در سال‌های اخیر افزایش یافته است؛ از جمله منچستر یونایتد در سال ۲۰۰۵، استون ویلا در سال ۲۰۰۶، منچستر سیتی در سال ۲۰۰۸ و بلکبرن در سال ۲۰۱۰. ویلسون در پی درک این مسئله بود که آیا سرمایه‌گذاری خارجی، در زمینه مشکلات مالی به باشگاه‌ها کمک می‌کند یا در واقع موجب نارضایتی و نابه‌سامانی مالی بیشتری می‌شود؟ هدف از انجام‌شدن پژوهش پیش رو نیز شناسایی مشکلات ورود مالکان ثروتمند به فوتبال ایران بود تا به دست‌بندی مشکلات زیربنایی ورود این‌گونه افراد پرداخته شود. امید می‌رود نتایج حاصل از این پژوهش بتواند

1. Dobson & Goddard

2. Brown

3. Wealthy Owners

از یک سو سبب بهبود فرایندهای مالی و اقتصادی باشگاه‌ها شود و از سوی دیگر مسیر بهره‌برداری‌های نادرست از باشگاه‌های فوتبال را روی سوءاستفاده‌کنندگان ببندد.

### روش پژوهش

هدف اصلی از انجام‌شدن این پژوهش شناسایی مشکلات ورود مالکان ثروتمند به فوتبال ایران است؛ بنابراین پژوهش حاضر از نظر هدف در حیطه پژوهش‌های کاربردی است. برای تعیین توالی و روابط میان عناصر شناسایی‌شده با رویکرد مدل‌سازی ساختاری-تفسیری از دیدگاه خبرگان استفاده شد. بدین‌منظور از روش دلفی در سه مرحله استفاده شد. برای انتخاب اعضای پانل مدنظر ملاک‌هایی از قبیل تسلط و آشنایی با مبحث مربوطه به‌خصوص سرمایه‌گذاری در ورزش مدنظر بود که با بررسی سوابق و کسب نظر از استاد راهنما و دیگر اساتید صاحب‌نظر احراز شد. درنهایت این پژوهش در سه مرحله انجام شد که عبارت‌اند از:

۱- تعیین ابعاد و شاخص‌ها: در این مرحله با جمع‌آوری اطلاعات به تعیین ابعاد و شاخص‌ها به‌منظور ارائه یک چارچوب مفهومی پرداخته شد و در مسیر به‌دست‌آوردن اطلاعات اولیه، از روش‌های اسنادی، کتابخانه‌ای و مرور ادبیات موضوع استفاده شد. حاصل این بخش از پژوهش در قالب فهرستی از «شاخص‌های اولیه» پیشنهادی تنظیم و ارائه شد؛

۲- تعیین گروه خبرگان و احراز نظر آنان: برای تعیین گروه خبرگان با توجه به حوزه پژوهش، دانش، تخصص و تجربه کافی افراد صاحب‌نظر و آشنا با موضوع، ۲۳ نفر از اساتید دانشگاهی، تعدادی از روزنامه‌نگاران مطرح و متخصصان اقتصاد ورزشی، اعضای گروه خبرگان را تشکیل دادند. موافقت اولیه این اعضای از طریق مکاتبه و تماس‌های تلفنی و حضوری حاصل شد. از این تعداد ۱۹ نفر در دور اول و ۱۶ نفر در دور دوم در پانل حضور داشتند. کاهش روی‌داده در تعداد افراد به‌علت پاسخ‌گونی نبودن آن‌ها و دریافت‌نشدن نظرهای برخی از اعضا، وجود نقایص متعدد در پاسخ‌ها و درنهایت بی‌پاسخ‌بودن سؤال‌ها بود. براساس این نظرخواهی، پس از پالایش نظرها درباره ابعاد و شاخص‌های اولیه، مجموعه «شاخص‌های نهایی» برای تحلیل مشکلات ورود مالکان ممول تدوین شد؛

۳- تعیین شدت رابطه بین ابعاد: در این مرحله شدت روابط بین ابعاد شناسایی‌شده (مشکلات ورود مالکان ثروتمند) با استفاده از تکنیک مدل‌سازی ساختاری-تفسیری، تحلیل شد و مدل مدنظر طراحی شد. در این پژوهش برای سنجش روایی پرسشنامه مدنظر از روش روایی محتوا استفاده شد. به این منظور از پانل درباره ساختار پرسشنامه، نحوه طراحی، روشن‌بودن شرح عوامل به‌کاررفته و فهم‌پذیربودن آن‌ها نظرخواهی شد و سپس نظرهای داده‌شده در پرسشنامه‌ها اعمال شد. برای پایایی پرسشنامه مدل‌سازی ساختاری تفسیری از روش آزمون مجدد استفاده شد؛ به این صورت که پرسشنامه مزبور دو مرتبه به چهار تن از خبرگانی ارسال شد که امکان دسترسی مجدد به آن‌ها فراهم بود. مجموع همبستگی پاسخ‌های اعلام‌شده خبرگان برای هر دو

مرحله ۰/۸۹ بود که نشانگر پایایی این پرسشنامه بود.

### مدل سازی ساختاری-تفسیری

مدل سازی ساختاری-تفسیری<sup>۱</sup> یک روش شناسی برای ایجاد و فهم روابط میان عناصر یک سیستم پیچیده است؛ به عبارت دیگر، مدل سازی ساختاری-تفسیری یک فرایند متعامل است که در آن مجموعه‌ای از عناصر مختلف و مرتبط با همدیگر در یک مدل سیستماتیک جامع ساختار بندی می‌شوند. تکنیک «مدل سازی ساختاری-تفسیری» کمک زیادی به برقراری نظم در روابط پیچیده میان عناصر یک سیستم می‌کند. مدل سازی ساختاری-تفسیری در تشخیص روابط درونی متغیرها کمک می‌کند و یک تکنیک مناسب برای سنجش تأثیر یک متغیر بر متغیرهای دیگر است. همچنین می‌تواند این تکنیک به اولویت بندی و تعیین سطح عناصر یک سیستم اقدام کند که کمک بسیار شایانی به مدیران برای اجرای بهتر مدل طراحی شده است (آذر و همکاران، ۲۰۱۳، ۱۴).

### فرایند مدل سازی ساختاری-تفسیری

**گام اول؛** شناسایی متغیرهای مربوط به مسئله: این مرحله با مطالعه ادبیات پژوهش و دریافت نظر خبرگان و متخصصین انجام می‌گیرد.

**گام دوم؛** تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری: در این مرحله متغیرها به صورت دو به دو با هم بررسی می‌شوند و پاسخ‌دهنده با توجه به نمادهای زیر در جدول شماره یک به تعیین روابط می‌پردازد.

جدول ۱- علائم به کاررفته در طراحی مدل ساختاری-تفسیری

Table 1- The Symbols Used in ISM

ارتباط یک طرفه	ارتباط یک طرفه	ارتباط دوطرفه	هیچ ارتباطی بین
از i به j	از j به i	از i به j	i و j وجود ندارد
V	A	X	O

**گام سوم؛** تشکیل ماتریس دستیابی اولیه (RM): در این مرحله با استفاده از قانون جای گذاری ۰-۱، ماتریس خودتعاملی به ماتریس ۰-۱ تبدیل می‌شود؛ براین اساس،

• اگر نماد خانه ij حرف V باشد، در آن خانه عدد یک و در خانه قرینه صفر می‌گذاریم.

• اگر نماد خانه ij حرف A باشد، در آن خانه عدد صفر و در خانه قرینه عدد یک می‌گذاریم.

• اگر نماد خانه ij حرف X باشد، در آن خانه عدد یک و در خانه قرینه نیز یک می‌گذاریم.

• اگر نماد خانه ij حرف O باشد، هم در آن خانه و هم در خانه قرینه صفر می‌گذاریم.

**گام چهارم؛** تشکیل ماتریس دستیابی نهایی: پس از آنکه ماتریس دستیابی اولیه به دست آمد، با وارد کردن انتقال پذیری در روابط متغیرها ماتریس دستیابی نهایی به دست می‌آید.

1. Interpretive-Structural Modeling (ISM)

**گام پنجم؛** تعیین سطح شاخص‌ها: در این مرحله با به‌دست‌آمدن ماتریس دستیابی نهایی برای تعیین سطح معیارها دو مجموعه قابل دستیابی (خروجی) و مجموعه مقدم (ورودی) را تعریف می‌کنیم و سپس اشتراک آن‌ها را به‌دست می‌آوریم؛ بدین ترتیب که مجموعه قابل دستیابی مجموعه‌ای است که در ماتریس دستیابی نهایی، عدد معیارها در سطر به‌صورت «یک» ظاهر شده باشد و مجموعه مقدم مجموعه‌ای است که در آن عدد معیارها در ستون‌ها به‌صورت «یک» ظاهر شده باشد. با به‌دست‌آوردن اشتراک این دو مجموعه ستون بعدی جدول (اشتراک) تکمیل خواهد شد. اولین سطری که اشتراک دو مجموعه برابر با مجموعه قابل دستیابی باشد، سطح اول اولویت مشخص خواهد شد. پس از تعیین سطح، معیار یا معیارهایی را که سطح آن مشخص شده است، از جدول حذف می‌کنیم و آنقدر این عمل را تکرار می‌کنیم تا تمامی متغیرهای باقی‌مانده نیز تعیین سطح شوند. پس از تعیین سطح نهایی، شکل نهایی متغیرها با استفاده از سطوح تعیین شده ترسیم خواهد شد.

**گام ششم؛** ترسیم مدل نهایی ساختاری تفسیری: در این مرحله با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از تعیین سطح در مرحله قبل، ترسیم مدل نهایی ابعاد صورت می‌گیرد و سپس برای تعیین روابط (جهت پیکان‌ها) از ماتریس خودتعاملی ساختاری استفاده می‌شود.

**گام هفتم؛** تجزیه و تحلیل قدرت نفوذ و میزان وابستگی: این گام شامل چهار دسته است که عبارت‌اند از: دسته اول شامل متغیرهای مستقلی است که قدرت نفوذ و وابستگی ضعیف دارند. این متغیرها نسبتاً غیرمتصل به سیستم‌اند و ارتباط کم و ضعیف با سیستم دارند؛ دسته دوم متغیرهای وابسته هستند که نفوذ کم و وابستگی شدید دارند؛ سومین دسته متغیرهای متصل هستند که به آن‌ها «متغیرهای پیونددهنده» نیز گفته می‌شود که قدرت نفوذ زیاد و وابستگی زیاد دارند؛ چهارمین دسته متغیرهای مستقل کلیدی هستند که قدرت نفوذ قوی ولی وابستگی ضعیف دارند. این دسته همانند سنگ زیربنای مدل عمل می‌کند (گاوبندان، فالانیاپان و کانان، ۲۰۱۲، ۲۱۱-۲۰۴).

## نتایج

شناسایی متغیرهای مربوط به مسئله: در این مرحله با مطالعه ادبیات پژوهش و دریافت نظر متخصصان ۱۳ متغیر شناسایی شد.



### ماتریس دستیابی اولیه

این ماتریس با تبدیل ماتریس خودتعاملی ساختاری به اعداد صفر و یک به دست می‌آید.

جدول ۴- ماتریس دستیابی اولیه

Table 4- Initial Access Matrix

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13
C1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
C2	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1
C3	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
C4	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1
C5	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1
C6	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0
C7	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1
C8	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0
C9	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0
C10	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1
C11	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1
C12	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1
C13	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0

### ماتریس دستیابی اولیه سازگار شده

در این مرحله باید ماتریس دستیابی اولیه را سازگار کرد. این سازگاری با استفاده از روابط ثانویه به ماتریس دستیابی اولیه افزوده می‌شود. در جدول شماره پنج سلول‌هایی که با ۱\* نشان داده شده‌اند، روابطی هستند که در ماتریس سازگار شده ایجاد شده‌اند.

جدول ۵- ماتریس دستیابی اولیه سازگار شده

Table 5. Adapted Initial Achievement Matrix

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13
C1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1*	1	1	1
C2	1*	1	1	1	1*	1	1	1*	1	1	1*	1	1
C3	1*	1*	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1*
C4	1	1	1*	1	1	1	1	1	1	1*	1	1	1
C5	1*	1*	1	1	1	1	1	1	1	1	1*	1*	1
C6	1	1*	1	1*	1	1	1*	1	1*	1	1*	1*	1*
C7	1*	1*	1*	1*	1*	1	1	1	1	1	1	1*	1
C8	1*	1	1*	1	1	1	1	1	1	1	1	1*	1*
C9	1*	1	1	1*	1*	1	1	1*	1	1	1	1*	1*
C10	0	1*	1*	1*	1	1*	1*	1*	1	1	1	1*	1
C11	0	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1	1	1*	1	1	1
C12	1*	1*	1*	1	1*	1	1	1	1	1*	1	1	1
C13	0	1*	1*	1*	1*	1*	1	1	1	1*	1*	0	1



## سطح‌بندی متغیرها

در این گام باید براساس ماتریس دستیابی سازگار شده سطوح هر متغیر را به‌دست آورد. مجموع متغیرهای ورودی و خروجی و اشتراک را محاسبه می‌کنیم. در هر تکرار اگر متغیر خروجی با متغیر اشتراک برابر بود، آن تکرار سطح ۱ام است. سپس در تکرار بعد سطر و ستون آن متغیر از ماتریس حذف می‌شود و دوباره محاسبات صورت می‌گیرد.

جدول ۶- معیارهای سطح ۱

Table 6- Criteria of the First level

ردیف	خروجی	ورودی	اشتراک	سطح
C1	C1C2C3C4C5C6C7C8C9 C10C11C12C13	C1C2C3C4C5C6C7C8C9 C12	C1C2C3C4C5C6C7C8 C9C12	
C2	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13	1
C3	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13	1
C4	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13	1
C5	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13	1
C6	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13	1
C7	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13	1
C8	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13	1
C9	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13	1
C10	C2C3C4C5C6C7C8C9 C10C11C12C13	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13	C2C3C4C5C6C7C8C9 C10C11C12C13	1
C11	C2C3C4C5C6C7C8C9 C10C11C12C13	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13	C2C3C4C5C6C7C8C9 C10C11C12C13	1
C12	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12	
C13	C2C3C4C5C6C7C8C9 C10C11C13	C1C2C3C4C5C6C7C8C9C10C11C12C13	C2C3C4C5C6C7C8C9 C10C11C13	1

جدول ۷- معیارهای سطح ۲

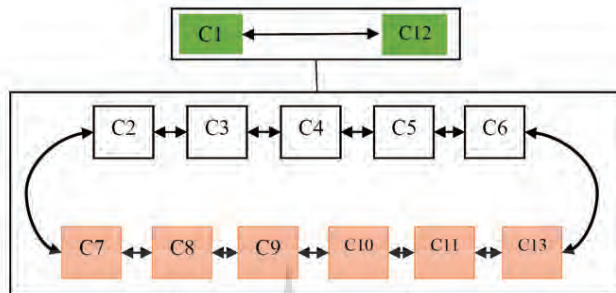
Table 7- Second level Criteria

معیار	خروجی	ورودی	اشتراک	سطح
C1	C1C2	C1C2	C1C2	2
C12	C1C2	C1C2	C1C2	2

اکنون با استفاده از سطوح به‌دست‌آمده شبکه تعاملات آی.اس.ام. رسم می‌شود. اگر بین  $i$  و  $j$  رابطه باشد، آن را با یک پیکان جهت‌دار نشان می‌دهیم تا دیاگرام نهایی که با حذف حالت‌های تعدی و نیز با استفاده از بخش‌بندی سطوح به‌دست آمده است، ترسیم شود.

### ترسیم مدل

پس از تعیین روابط و سطح متغیرها می‌توان آن‌ها را به شکل مدلی ترسیم کرد؛ به همین دلیل ابتدا متغیرها برحسب سطح آن‌ها تنظیم می‌شوند (شکل شماره یک).

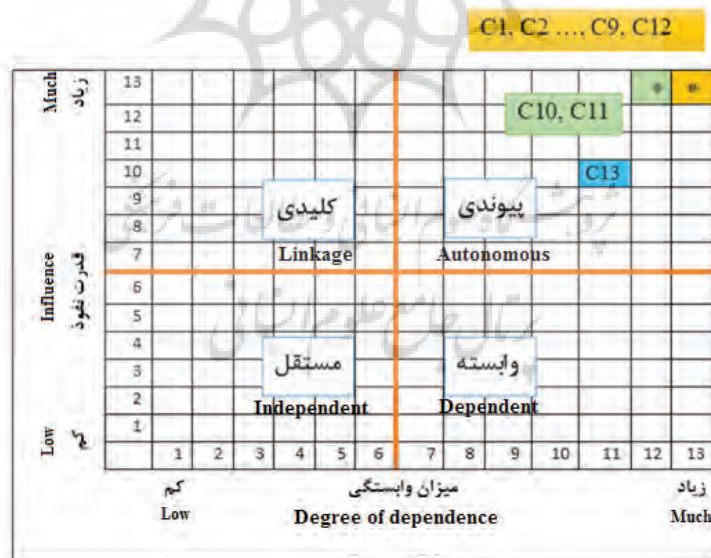


شکل ۱- مدل مشکلات ورود مالکان ثروتمند مستخرج از معادلات ساختاری

Figure 1- Model of Entry Problems of Wealthy Owners Derived from Structural Equations

مطابق مدل استخراج‌شده، ۱۱ متغیر در سطح اول و دو متغیر در سطح دوم قرار گرفت.

### تجزیه و تحلیل قدرت نفوذ و میزان وابستگی



شکل ۲- نمودار قدرت نفوذ و وابستگی

Figure 2- Penetration Power-Dependency Matrix

بر اساس قدرت وابستگی و نفوذ متغیرها می‌توان دستگاه مختصاتی تعریف کرد و آن را به چهار قسمت مساوی تقسیم کرد. در این پژوهش تمامی ۱۳ بعد شناسایی شده در زیرگروه متغیرهای پیوندی قرار گرفتند. این متغیرها سومین دسته از متغیرهای تعیین قدرت نفوذ و وابستگی هستند و به آن‌ها «متغیرهای متصل» نیز گفته می‌شود که هم قدرت نفوذ زیاد و هم وابستگی زیادی دارند.

### بحث و نتیجه‌گیری

از ابتدای قرن بیست و یکم شاهد افزایش چشمگیر اهمیت مالکیت در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال هستیم. دلایلی همچون تغییر انگیزه‌های اقتصادی و افزایش تمایل استفاده مالی از سرمایه‌گذاران خصوصی به طور فزاینده‌ای سرمایه‌گذاری در این عرصه را رونق بخشیده است؛ برای مثال باشگاه‌هایی مانند چلسی (۲۰۰۵، ۲۰۰۶، ۲۰۱۰، ۲۰۱۶)، منچستر سیتی (۲۰۱۲، ۲۰۱۴، ۲۰۱۷) و پاریس سن ژرمن (۲۰۱۳ تا ۲۰۱۷) با بهره‌گیری از مالکان متمول خود توانستند موفقیت‌های متعددی را به دست آورند، اما نوع مالکیت‌ها همواره تفاوت‌های آشکاری را در بدنه باشگاه‌های درگیر برجای گذاشته است. در این باره رابرت ویلسون (۲۰۱۳) با بررسی سه مدل مالکیت در باشگاه‌های فوتبال بیان کرد که باشگاه‌هایی که تحت مالکیت داخلی و مدل‌های بازار سهام عمل می‌کنند، در مقایسه با باشگاه‌های سرمایه‌گذار خارجی سود خالص بیشتری را به نسبت حجم معاملات به دست آوردند. علاوه بر این، باشگاه‌هایی که در بازار سهام حضور داشتند، از نظر نقدینگی و کم بودن بدهی‌ها در مقایسه با سایر مالکیت‌ها در وضعیت بهتری قرار داشتند. همچنین ویلسون درباره تفاوت مالکیت خصوصی داخلی و خارجی اظهار کرد باشگاه‌هایی که سرمایه‌گذاران خارجی دارند در لیگ بهتر عمل می‌کنند، اما به نظر می‌رسد مالکیت داخلی در مقایسه با مالکیت خارجی از حیث شاخص‌های انتخابی نسبتاً بهتر است. ضمن اینکه باشگاه‌هایی که از مدل بازار بورس خارج می‌شوند، به طور فزاینده‌ای به سمت مالکیت خارجی حرکت می‌کنند. در پژوهش حاضر به بررسی یکی از انواع مالکیت‌ها در فوتبال پرداخته شد؛ بدین صورت که مشکلات ورود مالکان ثروتمند به فوتبال ایران با استفاده از تکنیک مدل‌سازی ساختاری-تفسیری بررسی شد و ابعاد مختلف آن شناسایی شد. در این مقاله با استفاده از دیدگاه صاحب‌نظران و مرور ادبیات نظری، ۱۳ دسته از مشکلات ورود مالکان ثروتمند به فوتبال ایران شناسایی شد. با توجه به اینکه تکنیک مدل‌سازی ساختاری-تفسیری در دسته روش‌های کیفی قرار دارد، از مُد نظرها استفاده شد. سپس با استفاده از قدرت نفوذ و وابستگی، این عوامل در دو دسته سطح‌بندی شدند. سطح نخست شامل یازده مورد و سطح دوم شامل دو مورد بود.

یازده مورد سطح نخست به شرح زیر است:

۱- افزایش کاذب قیمت بازیکنان: بی‌ثباتی در صنعت فوتبال به‌عنوان یکی از نتایج قوانین اخیر اتحادیه اروپا و البته مربوط به رخداد ویژه ژان مارک بوسمن معرفی شده است. نتایج این موارد، ماهیت رابطه بین بازیکن و

باشگاه را با گسترش آزادی حرکت تغییر داده است. فوتبال هم کمی است و هم کیفی. در یک دیدگاه ذهنی ارزش فوتبالیست در چشمان تماشاگر تعریف می‌شود. اینکه آیا بازگشت هزینه‌ها در فوتبال اتفاق می‌افتد یا خیر، سؤال مهمی است که سرمایه‌گذاران با آن مواجه می‌شوند (که ممکن است رئیس باشگاه فوتبال یا شرکت سرمایه‌گذاری باشد) و همواره ارزش ارقام فوتبالیستی را ارزیابی می‌کنند که مالک وی هستند یا حقوقش را پرداخت می‌کنند؛ بنابراین در حال حاضر یک موضوع بسیار حیاتی، نیاز به ارزیابی کیفی یک فوتبالیست است تا بتوان ارزش افزوده آن را درک کرد و قیمت نهایی‌اش را بر ظرفیت وجودی‌اش قرار داد (رادو، ایفرایم و هاوارد<sup>۱</sup>، ۲۰۰۵، ۲۸۸). با ورود مالکان ثروتمند به عرصه باشگاه‌داری، پیامدی که معمولاً در پس پرده صرف هزینه‌های هنگفت پنهان مانده است، افزایش عجیب قیمت بازیکنان است؛ به طوری که با سلطه عده‌ای از ستاره‌ها بر درآمدهای نجومی، ناخودآگاه اثری حیرت‌آور بر قیمت بازیکنان معمولی نیز مشاهده می‌شود؛ موضوعی که حتی به فروپاشی برخی از باشگاه‌ها نیز منجر شده است (ویلسون و پلاملی، ۲۰۱۳، ۲۶)؛

۲- هزینه‌بردن به جای درآمدزایی: صرف تمکن مالی مالکان تضمینی برای توسعه و پیشرفت باشگاه‌ها به‌شمار نمی‌رود. این افراد جدا از سرمایه‌های شخصی خود باید شیوه‌های کسب درآمد اصولی در فوتبال حرفه‌ای را فراگیرند؛ به طوری که یک باشگاه قادر باشد به همان اندازه که برای هزینه‌کردن در تکاپوست، هم‌زمان بتواند درآمد نیز کسب کند تا تعادل مناسبی را در ساختار دخل و خرج خود برقرار کند. در ۱۱ ژوئن ۲۰۰۹، چندین روزنامه معتبر یک معامله جدید را گزارش کردند که رکوردی جهانی در خود داشت؛ جایی که طرف انگلیسی (منچستر یونایتد) پیشنهاد ۹۴ میلیون یورویی رئال مادرید را برای ستاره پرتغالی خود، کریستیانو رونالدو، پذیرفت. در این بین منتقدانی مانند یوفا (میشل پلاتینی) و معاون رئیس باشگاه بارسلونا ادعا کردند هزینه چنین انتقالی به فوتبال لطمه زده است و هیچ بازیکنی ارزشش را ندارد که چنین بهایی به‌خاطرش پرداخت شود (گل<sup>۲</sup>، ۲۰۰۹ الف)؛ با این حال، کمتر از یک سال پس از آن برخی منابع گزارش دادند که رونالدو به سودآورترین بازیکن در تاریخ رئال مادرید تبدیل شده است. این سود کلان به‌خاطر فروش ۱/۲ میلیون پیراهن و کالاهای دیگر در مادرید بوده است که هزینه انتقال ۹۴ میلیون یورو را پوشش داد (گل، ۲۰۰۹ ب)، اما این فقط یک روی سکه است. روی دیگر این پدیده، باشگاه‌های کوچک‌اند؛ برای مثال باشگاه لیدز یونایتد انگستان پس از رسیدن به یک‌چهارم نهایی لیگ قهرمانان اروپا در سال ۲۰۰۱ و پس از اینکه به‌شدت در جذب بازیکنان جدید و گران‌قیمت سرمایه‌گذاری کردند، چنین می‌پنداشتند که در دوران طلایی باشگاه سیر می‌کنند، اما هرگز چنین نبود. آن‌ها دیگر نتوانستند به لیگ قهرمانان صعود کنند و در نتیجه از مزایای آن برای پرداخت بدهی‌ها استفاده کنند. در نهایت لیدز بازیکنانی مانند فردیناند، روبی کین و جاناتان وودگیت را فروخت تا حساب خود را متعادل کند. این نیز نشد و باشگاه سرانجام به دلیل ورشکستگی از لیگ برتر اخراج شد. این سقوط وحشتناک لیدز به سرمایه‌گذاری ناموفق سرمایه‌گذاران این باشگاه بازمی‌گشت (گل، ۲۰۰۹ الف). در فوتبال ایران با تزریق

1. Radu, Ephraim & Howard

2. Goal Report

منابع به‌نظر بی‌انتهای مالکان، بخش اعظم فرایندهای باشگاه‌ها صرف هزینه‌های وحشتناکی می‌شود که در افق‌های کوتاه‌مدت مفاهیمی همچون توسعه و درآمدزایی را تحت‌تأثیر اهداف شخصی و نتیجه‌طلب، گم‌شده می‌بینید:

۳- پول‌شویی و چهره‌شویی مالکان ثروتمند: صنعت ورزش یکی از بخش‌های مهمی است که می‌تواند برای مجرمان به‌منظور رسیدن به اهداف پول‌شویی‌شان جذاب باشد؛ چراکه در این بستر با در نظر گرفتن گستره وسیعی از معاملات پولی و زیادبودن تعداد افراد درگیر، قابلیت تحقق چنین مقاصدی بسیار آسان است (اف.ای.تی.اف.، ۲۰۰۹). مطالعات نشان می‌دهد استفاده از بخش فوتبال به‌عنوان وسیله‌ای برای شستن درآمدهای حاصل از فعالیت‌های جنایی برای افراد درگیر بسیار شایع شده است. در واقع، پول‌شویی از طریق فوتبال نشان داده شده است که فرایندی عمیق‌تر و پیچیده‌تر از سایر بخش‌هاست. انواع جریان‌های پولی و معاملات مالی می‌توانند خطر پول‌شویی را از طریق فوتبال افزایش دهند. این فعالیت‌ها به مالکیت باشگاه‌های فوتبال یا بازیکنان فوتبال، بازار نقل و انتقالات، فعالیت‌های شرط‌بندی، حق پخش، حامی‌گری و تبلیغات مرتبطاند (اف.ای.تی.اف.، ۲۰۰۹)، اما نکته مهم درباره مالکان ثروتمند فوتبال ایران این است که اصولاً ما با چه افرادی طرف هستیم؟ فردی که می‌خواهد سرمایه‌عظیمی را وارد ورزش کند که خود ورزش منشأ آن سرمایه نیست! برخی از کشورها پول‌شویی را به‌صورت مبهم کردن منشأ منابع مالی تعریف می‌کنند. در واقع پول‌شویی فرایندی است که در راستای آن در اصطلاح پول‌کثیف (یا همان مالی که از طریق جرم و به‌صورت غیرقانونی حاصل شده است) به پول تمیز یا ثروتی تبدیل می‌شود که در ظاهر از راه‌های مشروع و قانونی به‌دست آمده است (به‌صورتی که منشأ اولیه آن پول مشخص نیست). در بسیاری از کشورهای دنیا جریان علاقه مردم معمولاً همان مسیری را طی می‌کند که مالکان ورزش می‌خواهند؛ البته این امر عجیب و غریبی نیست؛ چراکه اهمیت ورزش در دنیای کنونی بر همگان تأثیر گذاشته است. اینکه مالکان ثروتمند، شخصیت‌های سرشناس و سیاست‌مداران همواره علاقه دارند در کنار ورزش و ورزشکاران باشند، بی‌دلیل نیست؛ رخدادی که از طریق ورزش چهره آلوده افراد با نقابی موجه آراسته می‌شود؛

۴- دخالت مالکان ثروتمند در امور فنی: مالکان متمول نه‌تنها از محل درآمد باشگاه امورات خود را نمی‌گذرانند، بلکه این باشگاه‌ها هستند که به‌دلیل فقدان جایگزینی برای کسب ارتزاق، به‌صورت مطلق به مالک خود وابسته‌اند؛ بنابراین این باشگاه‌ها به‌رغم اینکه دارای ظاهر هیئت‌مدیره‌ای هستند، در عمل مالک باشگاه همه‌کاره و تصمیم‌گیرنده نهایی است. همچنین هیئت‌مدیره و سایر پست‌های درگیر، بیشتر جایگاه‌هایی تشریفاتی و نمایشی هستند که نقش چندانی در این چرخه ایفا نمی‌کنند؛ از این‌رو این مالکان نه‌تنها بازیکنان تیم را با سلیقه خود (نه سرمربی) جذب می‌کنند، بلکه گاهی در چپ‌نشین افراد و سایر مسائل فنی نیز تصمیم نهایی را می‌گیرند؛

۵- دستیابی مالکان ثروتمند به فرصت‌های انحصاری: اغلب افرادی که در این حوزه ورود کرده‌اند، از پس حفاظ امنیتی که شهرت برای آنان ایجاد می‌کند، امتیازات فراوانی را از آن خود می‌کنند؛ از قبیل الف- دسترسی به فرصت‌های انحصاری، تسهیلات و اعتبارات بانکی، ب- ایجاد شبکه‌های وسیع ارتباطی و زد و بند و ج- معافیت‌های مالیاتی (مطابق ماده ۱۳۴، قانون مالیات‌های مستقیم، افرادی مشمول معافیت‌های مالیاتی می‌شوند که در حوزه ورزش سرمایه‌گذاری می‌کنند. ضمن اینکه برای باشگاه در صورت گرفتن مجوز از وزارت ارشاد با بند قانونی دیگری، استفاده از پیشنهادهایی مانند «فرهنگی» امتیازهای ویژه‌ای دارد؛

۶- تراز مالی فریبنده: تراز مالی به یکی از روایت‌های غالب در فوتبال امروز دنیا تبدیل شده است؛ جایی که درباره موفقیت مالی یا شکست در سطح لیگ و باشگاه به‌طور منظم تفسیرهای متعددی ارائه می‌شود (موروس<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷، ۲۹۳)؛ باوجود این، طبیعت بسیار تجاری دنیای فوتبال باعث شده است تجارت اجتماعی عظیمی بر اقتصاد مسلط شود. این رویکرد انسان را به شناخت بیشتر جنبه‌های اجتماعی فوتبال تشویق می‌کند؛ زیرا فوتبال را از فعالیت صرفاً اقتصادی متمایز می‌کند؛ با این حال، با وجود افزایش چشمگیر درآمد، عملکرد مالی و موقعیت مالی، در سال‌های اخیر سطوح بدهی‌های کلان در بسیاری از باشگاه‌های حتی مطرح اروپا تناقض آشکاری را پدید آورده است (مارو<sup>۲</sup>، ۲۰۱۳، ۳۰۱). گزارش‌های بسیاری از باشگاه فوتبال اروپا حاکی از کسری بودجه مکرر و وخیم آنان است. به‌ویژه در سال‌های اخیر که به رکود بی‌سابقه و میزان زیادی بدهی منجر شده است. علاوه بر این، سرمایه‌گذاران خصوصی نفوذ خود را به‌طور فزاینده‌ای افزایش داده‌اند؛ از این رو برخی از باشگاه‌ها بحران نقدینگی را تجربه کرده‌اند. باشگاه‌هایی قادر نیستند به حقوق بازیکنان خود یا پرداختی به سایر باشگاه‌های دیگر در زمان تعیین شده رسیدگی کنند. در مقابل باشگاه‌هایی هستند که با کمک پول مالکان ثروتمند خارجی به سطوح بالای باشگاه‌های فوتبال اروپا رسیده‌اند. مثال مشهور در این باره رومن آبراموویچ مالک ثروتمند باشگاه چلسی است که در دهه گذشته برای ارتقای سطح باشگاه خود (همتراز با تیم‌های پیشرو اروپایی) حدود نیم میلیارد یورو هزینه کرده است (هنینگ<sup>۳</sup>، ۲۰۱۱، ۵۵). استقرار نیافتن صحیح سیستم هزینه-فایده در باشگاه و تکیه صرف به منابع و پشتوانه‌های مالی که از چرخه خود ورزش خارج است، به‌صورت کاذب تراز مالی این نوع باشگاه‌ها را مثبت جلوه می‌دهد و وضعیت حبابی‌مانندی را در ساختار مالی آن‌ها به‌وجود می‌آورد، اما عادت دادن این سیستم به هزینه‌های این‌چنینی در کوتاه‌مدت ممکن است نتایجی را به دنبال داشته باشد، ولی در درازمدت پیامدهای مخربی را به باشگاه‌ها تحمیل خواهد کرد؛

۷- تقویت حضور دلال‌ها در لایه‌های فوتبال: حرفه ایجنت ورزشی در دهه ۱۹۹۰ در اروپا اهمیت فراوانی پیدا کرد؛ پدیده‌ای که باعث تغییر ذهن بازیکنان و مدیران در اروپا شد. واضح است که اگرچه اسناد قانونی فیفا عموماً از اصطلاح «ایجنت بازیکن» استفاده می‌کنند، فعالیت‌های این قشر در ابعاد غیرمجاز فراتر از مسیرهای

1. Moorhouse

2. Morrow

3. Henning

قانونی‌اش گسترش یافته است (رابرت<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷، ۴۳). این ایجنت‌های غیرقانونی را می‌توان به گرگ‌های اروپا، آسیا، آفریقا و آمریکا تشبیه کرد؛ کسانی که برای نابودی هر باشگاهی تنها به اندازه یک چشم‌برهم‌زدن زمان می‌خواهند. این مافیای بزرگ را هیچ‌کس نمی‌تواند پیش‌بینی کند. آن‌ها باندهای بزرگی از وکلا، سناتورها و سیاست‌مداران را در اختیار دارند که قادرشان کرده است تا در هر نقطه‌ای از جهان حضور داشته باشند و هر فعالیتی را صورت بدهند (فورنالیک<sup>۲</sup>، ۲۰۱۳)؛ بنابراین دل‌ها زمانی بر فوتبال مسلط می‌شوند که باشگاه‌ها از روند قانونمندی خارج شوند و هم‌زمان مالکان آن‌ها از پرداخت مبالغ نامتعارف ابایی نداشته باشند؛ آنجاست که مسائل و معادلات پشت پرده فوتبال بستری برای حکمرانی دلالان خواهد شد.

۸- فاصله‌گرفتن از شرایط حرفه‌ای شدن: امروزه فوتبال در داخل زمین دستخوش تغییرات اساسی شده است. اگرچه نام و اندازه زمین فوتبال شکل خود را حفظ کرده است، تغییرات فوتبال در خارج از زمین به شکل دیگری است و کاملاً از حالت یک بازی ساده خارج شده است و رفته‌رفته خود را در کنار صنایع، کار و حرفه‌های قدرتمند مطرح می‌کند. همچنین همان‌گونه که در صنعت می‌باید برنامه‌ریزی انجام گیرد و نوع سرمایه‌گذاری، نوع محصول، حساب سود و زیان، هزینه‌ها و نیروی انسانی متخصص مشخص و مدون باشد، باشگاه‌های حرفه‌ای در سراسر جهان نیز در این مسیر در حال حرکت هستند (محمدکاظمی، تندنویس و خیبری، ۲۰۰۷). مراد سازمان‌های معتبر بین‌المللی همچون ای.اف.سی. از حرفه‌ای شدن تنها ساختن زمین تمرین و تزریق پول فراوان برای بستن قراردادهای نجومی نیست؛ بلکه باشگاه‌ها برای گام‌گذاشتن در مسیر حرفه‌ای شدن می‌باید علاوه بر ساخت استادیوم‌های استاندارد، از لحاظ ساختارسازی، آکادمی، پرسنلی، تراز مالی و... در شرایط مطلوب قرار گیرند؛ چیزی که تاکنون مالکان متمدنی که در فوتبال ایران بوده‌اند، از انجام دادن آن سر باز زده‌اند؛ افرادی که حاصل فعالیت آن‌ها در پرداخت هزینه‌های سرسام‌آور برای به‌کارگیری بازیکنان و مربیان سرشناس خلاصه می‌شود؛

۹- تضعیف آکادمی‌ها: پیش‌تر اشاره شد که یکی از اصول اساسی مالکیت، حرفه‌ای‌سازی ساختار باشگاه‌هاست؛ به‌گونه‌ای که تعادل مناسبی بین هزینه‌ها و درآمدها به‌وجود آید. یکی از راه‌های کم‌کردن این هزینه‌های گاهی بی‌هدف که در فوتبال کشور و در اندیشه مالکیت‌های مستقر مغفول مانده است، توجه به تیم‌های پایه و آکادمی‌هاست؛ جایی که باشگاه‌ها به‌جای هزینه‌های چندمیلیاردی (برای جذب بازیکنان و مربیان داخلی و خارجی) می‌توانند با هزینه‌هایی به‌مراتب کمتر تیم‌های پایه را رونق ببخشند و با پرورش استعدادهای جوان علاوه بر تقویت تیم‌های اصلی با فروش آن‌ها کسب درآمد کنند؛

۱۰- تبدیل شدن باشگاه‌ها به مصرف‌کننده صرف: در ارتباط با هزینه‌های زیاد تیم‌های ورزشی، پژوهشگران عنوان می‌کنند امروزه رمز موفقیت یک سازمان و جامعه کسب درآمد برای بقا و ماندگاری خود است. بدون

1. Robert  
2. Fornalik  
3. AFC

درآمد مطمئن و پایدار، جامعه و سازمان‌های مختلف رو به انحلال و نابودی می‌روند و نمی‌توانند در محیط رقابتی دوام بیاورند. درآمد مطمئن و پایدار می‌تواند امکانات لازم را برای رویارویی با هزینه‌ها و مخارج سازمان‌ها به‌وجود آورد. درآمدهای پایدار موتور محرک سازمان‌های ورزشی، باشگاه‌ها و لیگ‌ها شناخته می‌شوند (احسانی، ۲۰۰۸، ۱۱۲). یکی از الزامات اولیه درآمدزایی و توسعه پایدار اقتصادی باشگاه‌های فوتبال در کشورهای صاحب‌نام، ثبت این باشگاه‌ها به‌عنوان شرکت‌های تجاری مانند سایر بنگاه‌ها و مؤسسات تجاری است. بنگاه‌های تجاری ثبت‌شده از یک سو به‌صورت یک مجموعه مستقل از اقتصاد دولتی دارای آزادی عمل خواهند بود و از سوی دیگر صاحب یک شخصیت حقوقی می‌شوند. تجاری‌سازی باشگاه‌های فوتبال شامل مجموعه‌ای از فعالیت‌های فنی، اقتصادی و مالی است که در پرتو ثبت تجاری آن‌ها به‌عنوان یک بنگاه مستقل جنبه حقوقی پیدا می‌کند و از قوانین تجارت پیروی می‌کنند (رضایی، ۲۰۱۳، ۱۵۵). در فوتبال امروز کشور هنگامی که افراد متمول با منابع مالی بسیار سکان هدایت باشگاه‌ها را عهده‌دار می‌شوند، سرمایه‌های عظیمی را که عمدتاً از مسیرهای غیرورزشی به‌دست می‌آیند، به باشگاه‌ها تزریق می‌کنند. استقرار چنین چرخه‌های سرشار از ابهام مفاهیمی همچون درآمدهای مطمئن و پایدار را به‌حاشیه می‌کشانند. در چنین وضعیتی بخش‌های زاینده باشگاه‌ها مانند دخل و خرج‌های سیستمی و مسائل مربوط به تیم‌های پایه بی‌اهمیت می‌شوند و همه‌چیز حول محور نتیجه خواهد چرخید. درنهایت آکادمی‌ها از تزریق بازیکن به تیم اصلی وامی‌مانند و تنها گزینه پیش رو بازگشت به پرداخت‌های بی‌رویه است؛ سیکل معیوبی که باشگاه‌ها را به مصرف‌کنندگانی صرف مبدل می‌کند.

۱۱- شفاف‌بودن صورت‌های مالی: مفهوم سرمایه‌داری به‌طور ذاتی با محافظه‌کاری آمیخته است. این مسئله درباره سرمایه‌داران نیز صدق می‌کند؛ به‌ویژه وقتی که در ورزش و باشگاه‌داری درباره آن بحث شود؛ جایی که مالکان با دراختیارگرفتن تمامی اختیارات باشگاه نیازی به شفافیت مالی نمی‌بینند. منابع مالی از مجاری عموماً مبهمی وارد باشگاه می‌شود و به شکل‌های نامتعارفی (خواه در پرداخت به بازیکنان و مربیان و خواه در پرداخت هزینه‌های جاری) نیز از باشگاه خارج می‌شود. روهده و بروئر (۲۰۱۷) درباره شرایط حضور مالکان ثروتمند خارجی در باشگاه‌های حرفه‌ای بیان کردند که دسترسی به اطلاعات مالی مربوط به سود و زیان و ارزش‌های باشگاه و بازیکنان در پنج لیگ مطرح اروپا با حضور چنین مالکیت‌هایی با تناقض‌های زیادی همراه است؛ برای مثال در انگلستان و فرانسه شرایطی برای گزارش‌های سالانه اطلاعات مالی باشگاه‌ها وضع شده است، اما این فرایند در اسپانیا و ایتالیا به شرکت‌های ثبت‌شده در بورس ارجاع داده می‌شود؛ درحالی‌که انجمن‌های عضو اتحادیه‌های آلمان به انتشار هیچ‌گونه اطلاعات مالی مجبور نیستند.

در سطح دوم دو عامل قرار گرفتند که عبارت‌اند از:

۱- از بین رفتن فرایندهای سیستماتیک و یکپارچه بازاریابی: راهبرد بازاریابی در باشگاه‌های حرفه‌ای اروپا را در سه حوزه ورزشی، اقتصادی و اجتماعی تعریف کرده‌اند. این سه حوزه مانند یک چرخه عمل می‌کنند. در حوزه ورزش جذب بازیکنان جوان و پرورش آن‌ها در کنار نتایج هرچه‌بهتر باعث رونق اقتصادی باشگاه‌ها می‌شود.



در حوزه اقتصادی، بلیت‌فروشی، استفاده از حق پخش تلویزیونی، فروش پیراهن و... باعث افزایش درآمد این برندها می‌شود. در حوزه اجتماعی، با مستقرکردن چارچوب‌های مسئولیت اجتماعی در جهت خوش‌نامی باشگاه‌های خود گام بر می‌دارند (فرلانک<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰، ۱۱۶)، اما در ساختار مالکیت فوتبال ایران بخشی به دلیل فراهم‌نبودن بسترهای لازم (مثل حق پخش) و بخش دیگر به دلیل تکیه صرف به سرمایه مالکان متمول، فرایندهای سیستماتیک بازاریابی فضایی برای استقرار نیافته‌اند. ویلسون (۲۰۱۳) «حداکثرسازی پیروزی» را اصلی می‌داند که مالکان ثروتمند به پیروی از آن تمایل دارند. وی یک استدلال مالی را مطرح می‌کند که در آن باشگاه‌ها باید به‌عنوان منافع مؤثر در جهت مخالفت با سوءمدیریت نهادهای مالی اقدام کنند. برخی از باشگاه‌ها ممکن است قادر باشند موفقیت‌های آنی را با استفاده از هزینه‌کردن میلیون‌ها دلار خارجی به دست آورند، اما لزوماً این امر به این معنی نیست که باشگاه‌ها بدون داشتن سیستمی مدون برای بازاریابی یک‌شبه به ثبات مالی می‌رسند؛

۲- ایجاد شکاف بین تیم‌ها: فیرپلی مالی، قانونی است که تلاش می‌کند سلامت اقتصادی در فوتبال را ارتقا دهد. بحث اصلی فیرپلی مالی یوفا برای این است که تیم‌ها به کشف کردن استعدادها کشورهای خود و دیگر کشورها با هزینه‌های کمتر بیشتر بها دهند تا با این روش تیم‌هایی که بودجه ضعیف‌تری در مقایسه با تیم‌های ثروتمند دارند، توان رقابت در این عرصه را با باشگاه‌های بزرگ داشته باشند (سربی<sup>۲</sup>، ۲۰۱۶، ۳۹). آیین‌نامه بازی جوانمردانه مالی یوفا در سپتامبر ۲۰۰۹ توسط هیئت کنترل مالی در اروپا تصویب شد. این قانون به‌طور کلی به‌منظور جلوگیری از افزایش هزینه‌های باشگاه‌های فوتبال اروپا نسبت به درآمد آن‌هاست تا از این طریق مانع بروز و ایجاد مشکلات مالی برای تیم‌ها شود. یوفا به‌منظور جلوگیری از هزینه‌های سرسام‌آور تیم‌های باشگاهی در قاره اروپا قوانینی را وضع کرده است که خریدهای این باشگاه‌ها را محدود می‌کند. این قوانین باعث شده است تیم‌ها برای خریدهای میلیونی خود چند بازیکن را بفروشند تا تراز مالی آن‌ها از سقف تعیین‌شده فراتر نرود. آیین‌نامه فیرپلی مالی (اف.اف.پی.<sup>۳</sup>) قانونی را آماده کرد تا باشگاه‌ها نتوانند در فصول متعدد برای خود بودجه مازادی داشته باشند (کریستوفر<sup>۴</sup>، ۲۰۱۳، ۱۵۱). سوآلی که اینجا مطرح می‌شود این است که آیا مالکان ثروتمند باشگاه‌ها در چنین شرایطی حق دارند پولی را به باشگاه به‌عنوان اسپانسرینگ تزریق کنند؟ اگر مالکی پولی را به‌عنوان اسپانسرینگ (عقد قرارداد با شرکتی که به او مربوط است) به باشگاه تزریق کند، ماموران یوفا این قرارداد را بررسی می‌کنند و اگر نیاز بود، سود حاصل از این اسپانسرینگ را وارد قانون برابری می‌کنند. این محاسبه سود برحسب قیمت‌های بازار در آن زمان است. با توجه به قانون اصلاح‌شده، وضعیت مالی نهادی مستقل یا مرتبط با سایر نهادها (که به یک مالک یا یک کشور تعلق دارد و بیش از ۳۰ درصد از

1. Franck

2. Serby

3. FFP

4. Christopher

سهام آن را داراست) در قانون فیریلی مالی به‌عنوان نهاد مرتبط با باشگاه بررسی می‌شود (فرانک<sup>۱</sup>، ۲۰۱۴). اما درحقیقت فعالیت‌های این مالکان به‌ویژه در قاره آسیا که در آن شاهد هزینه‌های عجیبی برای جذب ستارگان گران‌قیمت توسط عده معدودی از باشگاه‌ها هستیم، فاصله عمیقی از جهات مختلف در میان تیم‌ها به‌وجود آورده است؛ به‌عبارت‌دیگر، روزبه‌روز بین بیشتر باشگاه‌ها که در تملک افراد متمول نیستند و باشگاه‌هایی که در اختیار مالکان ثروتمند قرار دارند، شکاف ایجاد می‌شود.

بدون تردید حضور افراد متمول دارای اهلیت در فوتبال ایران آن هم در وضعیت کنونی که بیشتر باشگاه‌های فوتبال در مشکلات مالی غرق‌اند، بخشیدن روحی تازه به پیکره کم‌رنگ فوتبال کشور تلقی می‌شود؛ اما چه چیزی رخ داده است که در طی سالیان درازی که بسیاری از این افراد به فوتبال گام نهادند، بیش از آنکه اعتلا و توسعه باشگاه‌ها رقم بخورد، شاهد هزینه‌های بی‌حاصلی بوده‌ایم که درنهایت با خرید چند ستاره گران‌قیمت و احتمالاً موفقیتی کوتاه‌مدت در نتایج، به انتهای خط خود رسیده است؛ جایی که هرگز خبری از احداث یک استادیوم، یک آکادمی یا یک کمپ تمرینی توسط این میلیاردرها به گوش نرسید. با نگاهی گذرا به تاریخ ورود این افراد به‌نظر می‌رسد تاکنون دستاوردی برای فوتبال کشور به‌همراه نداشته‌اند؛ از تیم‌هایی مانند کشاورز، تجارت و هما در سالیان دور گرفته تا استیل آذین، راه‌آهن و نفت تهران در سالیان اخیر. در جدول ذیل تعدادی از مالکانی که به این مسیر ورود کرده‌اند، فهرست شده است (فهرست زیر صرفاً بر مبنای حضور این افراد ارائه شده است، نه بر اساس عملکردشان). در جدول شماره هشت نام‌هایی مشاهده می‌شود که روزهای نخست با هیاهوی فراوان به‌عنوان منجی وارد فوتبال شدند، اما برخی از آن‌ها در هوای کسب قدرت، شهرت و جاه‌طلبی به یک‌باره گرفتار پرونده‌های مالی عجیب و غریبی شدند؛ زیرا به‌محض ورود این افراد به فوتبال رسانه‌ها تصویری روشن‌تر از فعالیت‌هایشان ارائه می‌کردند؛ به همین سبب عده‌ای از آن‌ها دائم درباره عملکرد، سرمایه و دخل و خرجشان مجبور به پاسخ‌گویی می‌شدند. شاید به همین خاطر عمر این میلیاردرها در فوتبال ایران بسیار کوتاه بوده است؛ جایی که مردم می‌اندیشند که این پول‌های میلیاردی از جیب آنان هزینه می‌شود یا از منابعی است که به‌واسطه شهرت نصیب آن‌ها شده است؟ به هر روی در پرتو نظارت صحیح و با اطمینان حاصل کردن از اهلیت سرمایه‌گذاران و همچنین فراهم کردن بستری برای بازگشت سرمایه این افراد از طریق ورزش، می‌توان از این ظرفیت در جهت اعتلای فوتبال کشور استفاده کرد.

---

1. Franck

جدول ۸- فهرست مالکان ثروتمند فوتبال ایران در سه دهه گذشته

Table 8- List of Wealthy Owners of Iranian football in the last three decades

باشگاه Club	مالکان ثروتمند Wealthy Owners	باشگاه Club	مالکان ثروتمند Wealthy Owners
سیاه‌جامگان	محمد رضا عباسی	شموشک نوشهر	مسعود درویش
ملوان بندرانزلی	سیروس محبوب	استیل آذین / پرسپولیس	حسین هدایتی
سپیدرود رشت	جواد تن‌زاده	استقلال اهواز / استقلال	علی شفیع‌زاده
پدیده خراسان	محسن پهلوان	استقلال اهواز	شهرام شفیع‌زاده
داماش گیلان	شهرام قویدل	نساجی مازندران	مهدی پرهام
داماش / شاهین	امیر منصور آریا	نساجی مازندران	فرهاد صنیعی‌فر
ابومسلم خراسان	مهدی زمان	گسترش / تراکتورسازی	محمد رضا زنوزی
شیرین‌فراز کرمانشاه	فرمان کریمی	راه‌آهن سورینت	بابک زنجانی
خونه به خونه بابل	قاسم حسن‌زاده	راه‌آهن / پرسپولیس	حمیدرضا سیاسی
استقلال تهران	علی انصاری	نفت تهران	حمیدرضا جهانیان

## References

- Azar, A., Khosravani, M., & Jalali, R. (2013). Analysis of soft operations structural approaches. industrial management. Tehran: Publication of Industrial Management Organization. (in Persian).
- Brown, A. (2007). Not for sale? The destruction and reformation of football communities in the glazer takeover of Manchester United. 8(4): 614-635.
- Chester, S. N. (2002). For football research. British Football on Television, University of Leicester. Available at: [www.Le.ac.uk /sneefr/](http://www.Le.ac.uk /sneefr/).
- Coffee, J. C. (2005). A theory of corporate scandals: Why the USA and Europe differ. Review of Economic Policy, 21(2), 198-211.
- Christopher, A. F. (2013). A tricky European fixture: an assessment of UEFA's Financial Fair Play regulations and their compatibility with EU law. The International Sports Law Journal, 13(2), 148-167.
- Dobson, S., & Goddard, J. (2011). The economics of football. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ehsani, M., Abodarda, Z., & Eghbali, M. (2008). Investigating the causes of lack of sponsorship of professional sportsmen of women in Isfahan. Journal of Motion Exercise and Sports, 12(2), 111-120. (in Persian).
- Ellahi, A., Sajjadi, N., Khabiri, M., & Ebrahimami, H. (2009). Obstacles to the Development of Funding Income Recovery in the Iranian Football Industry, Sport Management Journal, (1), 189-202. (in Persian).

9. FATF Report. (2009). FATF Report on money laundering through the football sector. Available at: <http://www.fatfgafi.org>. FATF, Paris.
10. Fornalik, A. (2013). Players' agents' role in football transfer market: Evaluating the need of improving FIFA regulations. *Chicago-Kent College*, 16(3), 13-34.
11. Franck, E. (2010). Private firm, public corporation or member's association governance structures in European football. *International Journal of Sport Finance*, 5(2), 108-127.
12. Franck, E. (2014). Financial fair play in European Club Football: What is it all about? (University of Zurich, Department of Business Administration, UZH Business Working Paper No. 328, Available at: <https://ssrn.com/abstract=2284615>
13. Garcia, P., & Szymanski, S. (2009). Goal Profit maximization versus Win maximization in soccer. *Review of Industrial Organization*, 34(1), 45-68.
14. Garcia, J., & Rodríguez, P. (2003). From sports clubs to stock companies: The financial structure of football in Spain. 1992-2001. *European Sport Management Quarterly*, 3(4), 253-269.
15. Goal. (2009a). Michel Platini Slams Real Madrid's 'Excessive' Pursuit Of Cristiano Ronaldo. Available at: <https://www.goal.com/en/news/9/english-football/2009>.
16. Goal. (2009b). Real Madrid's Cristiano Ronaldo bid tops world record chart. Available at: <http://www.goal.com/en/news/8/main/2009/06/11/1318584>.
17. Govindan, K., Palaniappan, M., Zhu, Q., & Kannan, D. (2012). Analysis of third party reverse logistics provider using interpretive structural modeling. *International Journal of Production Economics*, 140(1), 204-211.
18. Gouguet, J., & Primault, D. (2006). The French exception. *Journal of Sports Economics*, 7(1): 47-59.
19. Gulbrandsen, A., Munkhaugen, G., & Christian, M. (2011). Valuation of football players: A complete pricing framework (Unpublished master's thesis). Faculty of Economics and Business Administration, The Norwegian School of Economics Bergen, Spring 2011.
20. Gregory, B., & Michel, D. (2006). Marketing et football: An international perspective. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 7(3), 134-136.
21. Hamil, S., & Chadwick, S. (2010). *Managing football: An international perspective*. Elsevier. Published in the United Kingdom on November 1, 2010.
22. Henning, V. (2011). Do we really need financial fair play in european club football? an economic analysis, Ifo Institute – Leibniz Institute for Economic Research at the University of Munich, 9(3), 54-59.
23. Hu, Y. & Izumida, S. (2008). The relationship between ownership and performance: a review of theory and evidence. *International Business Research*, 4, 72-81.
24. Leach, S., & Szymanski, S. (2015). Making money out of football. *Scottish Journal of Political Economy*, 62(1), 25-50.
25. MohammadKazemi, R., Tondnavis, F., & Khabiri, M. (2007). Investigating the element of price of sport marketing mix elements in the soccer league of Iran and comparing the existing situation with South Korean and Japanese football leagues. *Journal of Motion and Exercise Science*, 6 (12), 121-132. (in Persian).

26. Moorhouse, H., F. (2007). "Financial expertise, authority and power in the European football industry. *Journal of Contemporary European Research*, 3(3): 290-299.
27. Morrow, S. (2013). Football club financial reporting: Time for a new model?. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 3(4), 297-311.
28. Plumley, D., Wilson, R., & Ramchandani, G. (2017). Towards a model for measuring holistic performance of professional football clubs. *Soccer & Society*, 18(1), 16-29.
29. Radu, T., Ephraim, C., & Howard, V. (2005). An option pricing framework for valuation of football players. *Review of Financial Economics*, 14(3-4), 281-295.
30. Rezaei, Sh., Amiri, M., & Kozehchian, H. (2016). The study of obstacles to the development of cross-relations between football clubs and the IRIB in Iran. *Journal of Sport Management*, 8(2), 189-206. (in Persian).
31. Rezaei, Sh. (2013). Designing effective mechanisms for commercializing Iranian soccer clubs (Unpublished doctoral dissertation). Tarbiat Modares University, Tehran, Iran. (in Persian).
32. Robert, B. M. (2007). The Laurent Piau Case of the ECJ on the status of players. *The International Sports Law Journal*, 1(2), 43-51.
33. Rohde, M., & Breuer, C. (2017). The market for football club investors: a review of theory and empirical evidence from professional European football. *European Sport Management Quarterly*, 17(3), 265-289.
34. Serby, T. (2016). The state of EU sports law: Lessons from UEFA's 'Financial Fair Play' regulations. *The International Sports Law Journal*, 16(1-2), 37-51.
35. Wilson, R., Plumley, D. & Ramchandani, G. (2013). The relationship between ownership structure and club performance of football clubs in the English Premier League. *Sport, Business and Management*, 3(1), 19-36.
36. Wilson, R. (2013). The relationship between ownership structure and club performance in the English Premier League. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 9(3), 19-36.

## استناد به مقاله

Yousefi, B., & Naseri, A. (2021). Identification of the Problems of Entering the Wealthy Owners in Iranian football Using Interpretive-Structural Modeling Technique. *Sport Management Studies*, 13(65), 77-106. (in Persian). DOI: 10.22089/smrj.2019.6863.2433

یوسفی، بهرام، و ناصری، علی. (1400). شناسایی مشکلات ورود مالکان ثروتمند به فوتبال ایران با استفاده از تکنیک مدل‌سازی ساختاری-تفسیری. *مطالعات مدیریت ورزشی*، 13(65)، 79-108.

شناسه دیجیتال: 10.22089/smrj.2019.6863.2433



پروہشکاه علوم انسانی ومطالعات فرہنگی  
پرتال جامع علوم انسانی