

اثرات توسعه سرمایه گذاری بر توانمندسازی اقتصادی صنعت ورزش ایران

ابوالفضل امامی^۱

فرشاد امامی^۲

مصطفی افشاری^۳

 10.22034/SSYS.2022.1522.2113

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۷/۲۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۹/۱۷

امروزه صنعت ورزش یکی از صنایع متنوع در تجارت جهانی بوده است. همچنین به لحاظ اقتصادی، یکی از عوامل مهم برای احیای اقتصاد ملی در بسیاری از کشورها به شمار می‌رود. هدف از پژوهش حاضر تحلیل اثرات توسعه سرمایه گذاری بر توانمندسازی اقتصادی صنعت ورزش ایران بود. روش پژوهش آمیخته اکتشافی بود که در مرحله اول ۱۵ نفر از خبرگان ورزشی صاحب نظر به صورت هدفمند مورد مصاحبه عمیق قرار گرفتند با تحلیل تم داده های کیفی ۱۰۱ کد مختلف در ۶ تم اصلی و ۱۷ تم فرعی تولید شد و برای مرحله کمی پرسشنامه های توسعه سرمایه گذاری با ۷۶ سوال و توانمندسازی اقتصادی با ۲۰ سوال طراحی شد ($\alpha > 0/80$). جامعه آماری متشکل از کلیه افراد دارای سابقه مدیریت در ورزش، اساتید دانشگاهی و صاحب نظران حوزه اقتصاد، مدیریت و بازاریابی ورزشی که بر اساس روش کل شمار انجام و در بخش کمی ۱۹۷ پرسشنامه بازگشت داده شد. یافته‌های پژوهش در بخش کیفی شش متغیر توسعه

۱- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد آیت الله آملی، دانشگاه آزاد اسلامی، آمل، ایران

۲- استادیار، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد آیت الله آملی، دانشگاه آزاد اسلامی، آمل، ایران

F_emami2007@yahoo.com E-mail:

۳- استادیار، گروه مدیریت ورزشی، پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران، ایران

سرمایه گذاری را آشکار و در بخش کمی نشان داد که مدل تحقیق دارای برازش لازم بوده و توسعه سرمایه گذاری بر توانمندسازی اقتصادی صنعت ورزش ایران اثر گذار می باشد. در همین راستا پیشنهاد می شود در صورتی که سیاست گذاری های اقتصادی در راستای ایجاد فضای باز و مبتنی بر آزادسازی اقتصادی به منظور دستیابی به بازارهای جدید، سرمایه های خارجی و فناوری نوین تعریف شود و اقداماتی در راستای افزایش ثبات اقتصادی صورت پذیرد، ریسک سرمایه گذاری کاهش خواهد یافت و به تبع آن، جریان سرمایه گذاری داخلی و خارجی در صنعت ورزش کشور افزایش خواهد یافت.

واژگان کلیدی: جذب سرمایه، صنعت ورزش، رشد اقتصادی، معادلات ساختاری.



مقدمه

جهانی شدن فرآیندی در حال حرکت و توسعه است و افزایش رقابت جهانی بسیاری از صنایع را تحت تأثیر قرار داده است (هسیو-ون و همکاران^۱، ۲۰۱۷: ۷۱). صنعت ورزش به دلیل تأثیرات مثبت اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی، به یکی از بزرگترین صنایع جهانی تبدیل شده است و برای اغلب کشورها، این صنعت منبع مهمی برای فعالیت های اقتصادی، کسب درآمد، اشتغالزایی و تجارت بین الملل محسوب می شود (رضایی، ۱۳۹۵: ۶۷) این صنعت پدیده ای جهانی و یکی از صنایع بزرگ و مهم دنیاست به طوری که ۲/۵ درصد تجارت بین المللی را به خود اختصاص داده است (غفوری و همکاران ۱۳۸۶: ۵۲). امروزه ورزش صنعتی فوق العاده جذاب است. صنعتی میلیارد دلاری با رشد بالا در طول یک دهه که به عنوان یکی از صنایع برتر دنیا، به سرعت در حال رشد است (روس و همکاران^۲، ۲۰۰۶: ۳۰). در این راستا صنعت ورزش برای همه حکومت ها اهمیتی دوچندان یافته است، چرا که با استفاده از ورزش اهداف گوناگونی در مسیر بهبودی اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، رفاهی و سلامتی دنبال می شود و در صورت وجود مدیریت و ساختاری صحیح می توان به این اهداف دست پیدا کرد. به عبارتی دیگر، امروزه فراگیر شدن صنعت ورزش، به عنوان ابزاری برای توسعه در ابعاد سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، و غیره مطرح است، لذا لزوم تبیین عوامل موثر در رشد و توسعه این ابزار می تواند در نیل به اهداف و سیاست های استراتژیک کشورها موثر واقع شود (سجادی و همکاران، ۱۳۹۶: ۲۳).

صنعت ورزش یکی از صنایع متنوع در تجارت جهانی بوده است. همچنین به لحاظ اقتصادی، یکی از عوامل مهم برای احیای اقتصاد ملی در بسیاری از کشورها به شمار می رود (زو و ژائو^۳، ۲۰۱۵: ۲۱۸). اهمیت صنعت ورزش برای اقتصاد هر روز بیشتر می شود؛ به طوری که ورزش در برخی از کشورها به یکی از پردرآمدترین حوزه های اقتصادی تبدیل شده است. بخش های مختلف ورزش چون جهانگردی ورزشی، شرکت ها و مراکز ورزشی، برگزاری همایش های بزرگ ورزشی، اوقات فراغت، تبلیغات، باشگاهها و سرانجام خود ورزش از مهم ترین حوزه های اقتصادی مرتبط با ورزش هستند (وایس^۴، ۲۰۱۱: ۳۳۶). خلاقیت و ایجاد نوآوری و ابتکار در صنعت ورزش و برنامه ریزی و سرمایه گذاری های بلند مدت می تواند موجب رشد اقتصادی ورزش حرفه ای گردد؛ به طوری که با بررسی و تجزیه و تحلیل وضعیت اقتصادی باشگاه های ورزشی در کشورهای توسعه یافته و با نگرشی عمیق تر به این پیشرفت اقتصادی در می یابیم که این کشورها در صنعت ورزش خود سرمایه گذاری های عظیمی را انجام داده اند و در نهایت از سود بی شمار و اشتغالزایی این صنعت پول ساز جهانی بهره می برند (هاروارد و کرامپتون^۵، ۲۰۱۲: ۲).

در این راستا یکی از مهم ترین شاخصه های توسعه و پیشرفت واقعی کشورها، ورزش می باشد. موفقیت در عرصه ورزش، توجه مدیران و دست اندرکاران ورزش را بیش از پیش به خود جلب

1. Hsueh-wen et al.
2. Ross
3. Zhu & Zhao
4. Weiss
5. Howard & crompton

کرده است (پرونا و همکاران^۱، ۲۰۱۸: ۴۳). چرا که ورزش به عنوان یکی از عوامل تأمین کننده سلامت جسمانی و روانی افراد جامعه محسوب می شود (هوگو و همکاران^۲، ۲۰۱۸: ۹۱۵). در واقع، یکی از علل سرمایه گذاری بالای کشورها در زمینه توسعه ورزش، تأثیر بر شرایط اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی یک جامعه بوده (هیوم و استوارت^۳، ۲۰۱۷: ۷) و حتی تقویت وجهه و اعتبار آن کشور در عرصه جهانی را در پی خواهد داشت (جانسون و همکاران^۴، ۲۰۱۸: ۱۰۶) از سوی دیگر میزان سرمایه گذاری 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 می شود (احسانی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۱۸). توسعه سرمایه گذاری از یک سو موجب جذب سرمایه های غیر کارا و هدایت آن ها به بخش های مولد اقتصادی گردیده و از سوی دیگر با توجه به جهت گیری سرمایه گذاران، سرمایه گذاری ها در صنایعی هدایت خواهند شد که از سود بیشتر یا ریسک کمتری برخوردارند و این امر موجب تخصیص بهینه در منابع خواهد شد (جونز^۵، ۲۰۰۷: ۴۵).

یکی از بخش هایی که ورزش می تواند در توسعه آن سهم باشد، بخش اقتصادی هر جامعه ای است. امروزه رشد اقتصادی باعث توسعه همزمان بازارهای کار می گردد که این نیز از طریق افزایش قابلیت نیروی کار انگیزه کافی برای سرمایه گذاری بخش خصوصی در زمینه های مختلف را موجب می سازد و ورزش نیز می تواند در بعد اقتصادی، گزینه مناسبی جهت سرمایه گذاری باشد (خزایی، ۱۳۹۶: ۶۴)، چرا که سهم ورزش در اقتصاد ملی، رابطه ای مستقیم با میزان سرمایه گذاری انجام شده در بخش ورزش دارد که در شرایط حاضر با توجه به محدودیت ها و تنگناهایی که بخش خصوصی برای مشارکت در توسعه ی ورزش دارد، در مقایسه با کشورهای توسعه یافته بسیار پایین است. به طوری که در کشورهای ایتالیا، انگلستان و آلمان نسبت اقتصاد ورزش به تولید ناخالص داخلی به ترتیب ۲ درصد، ۱/۷ درصد و ۱/۴ درصد است و حال اینکه این نسبت در کشور ایران ۱/۱ درصد است (خسروی زاده و همکاران، ۲۰۹: ۱۳۹۳). همانطور که اذعان شد در ایران، ورزش همیشه به عنوان یکی از مباحث فرعی در اقتصاد مورد توجه قرار گرفته است. کمتر از ۱ درصد از تولید ناخالص داخلی از طریق اقتصاد ورزش تأمین می شود. در بازار کالاها و خدمات ورزشی ایران مشکلات فراوانی وجود دارد؛ در سال های اخیر حدود ۷۵ درصد از تولیدکنندگان کالاهای ورزشی نیمه تعطیل و بخش اعظمی از آنها تعطیل شده اند. گران شدن مواد اولیه، افزایش هزینه ها، بیمه کارگری و دستمزد از عواملی هستند که تولیدکنندگان را با مشکل مواجه کرده است. تولیدات داخلی در حوزه لوازم ورزشی بیشتر در لوازم ریز مثل طناب، جوراب ورزشی و مواردی از این قبیل است. بسیاری از لوازم ورزشی از طریق قاچاق به کشور وارد می شوند (بخشنده، ۱۳۹۸: ۸).

سرمایه گذاری نقش مهم و کلیدی در رشد و توسعه ی اقتصادی ایفا می کند. تجربه کشورهای توسعه یافته نشان می دهد که توسعه سرمایه گذاری یکی از عوامل اصلی رشد و توسعه اقتصادی

1. Pruna, Tribaldos & Bahdur
2. Hugo et al.
3. Hume & Stewart
4. Janston et al.
5. Jones

آن‌ها بوده است (رهبر و همکاران، ۱۳۸۶: ۲). که می‌تواند بر روی توانمندی اثر بگذارد. یکی از ابعاد مهم آن، توانمندسازی اقتصادی با هدف ایجاد اشتغال پایدار و افزایش سرمایه‌گذاری و بالطبع، کاهش فقر می‌باشد و توانمندسازی جامعه، یک فرآیند پویا و فراگیر است (وارنر^۱، ۲۰۱۰: ۲۱۰). توانمندسازی اقتصادی فرایندی است که طی آن دسترسی و کنترل بر منابع تولید و دیگر منابع مورد نیاز توسط افراد جهت افزایش درآمد و بالا بردن قدرت مذاکره فراهم گشته و باعث می‌گردد آن‌ها بر تمامی فرایند تولید کنترل داشته باشند (ده حقی، ۱۳۹۲: ۳). کابر^۲ (۲۰۱۲: ۷) توانمندسازی اقتصادی را شامل بازار کار برای افراد در سطح سیاست کلی و توانمندکردن آن‌ها برای رقابت در این بازارها می‌داند. همچنین افراد وقتی از لحاظ اقتصادی توانمند هستند که از توانایی موفقیت و پیشرفت اقتصادی برخوردار بوده و همچنین قدرت لازم برای اخذ تصمیمات اقتصادی و عملی ساختن تصمیماتشان را داشته باشند. (هانس و گوئیر^۳، ۱۹۹۲: ۱۶) معتقدند که مهم‌ترین عامل در رونق و جذب سرمایه‌گذاری در ورزش حرفه‌ای و قهرمانی، افزایش تعداد تماشاگران است. لویز و فادال^۴ (۲۰۱۰: ۸۸۷) اشاره کردند که ورزش و تفریحات به طور بالقوه تأثیر قابل توجهی بر اقتصاد یک کشور دارند. (رامفورد^۵، ۲۰۱۰: ۲۳۶) در پژوهشی تغییر سازمان‌دهی و گرایش باشگاه‌ها به فعالیت‌های مجازی موجب جذب سرمایه‌گذاران خارجی و بین‌المللی، بخصوص سرمایه‌گذاران آمریکایی شده است. کارمین، سافرین و تیمرسورا^۶ (۲۰۱۴: ۲۸۰) در پژوهش خود مبنی بر مدیریت جذب سرمایه‌گذاری در حوزه پروژه‌های بزرگ ورزشی اظهار داشت که برگزاری یونورسیاد دانشجویی بین‌المللی ۲۰۱۳ در جمهوری تاتارستان باعث تقویت جذب سرمایه‌گذاری در این کشور شده است. هیوم و استوارت^۷ (۲۰۱۷: ۷) 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. از دیدگاه جانسون و همکاران^۸ (۲۰۱۸: ۱۰۶) ورزش تقویت وجهه و اعتبار آن کشور در عرصه جهانی را در پی خواهد داشت. موانع‌های سیاسی، محیط‌های اقتصادی، اجتماعی، حقوقی، قانونی، فرهنگی و تکنولوژیکی را به عنوان موانعی بیان نمود که کسب و کار در ورزش را تحت تأثیر قرار می‌دهد الفندی و سگوئین^۹ (۲۰۰۸: ۳). افشاری و همکاران (۱۳۹۶: ۴۴) در تحقیقات خود به بررسی تحلیل عوامل موثر بر توسعه اقتصادی صنعت ورزش ایران پرداخته‌اند که ۹ عامل توسعه اقتصادی صنعت ورزش ایران از دید نمونه‌های تحقیق متناسب با اهداف تحقیق بوده و متعاقب آن نتایج تحلیل عاملی نشان داد که سرمایه‌گذاری و حمایت مالی و توسعه امکانات و زیرساخت‌های به ترتیب مهم‌ترین و کم‌اهمیت‌ترین عامل‌ها از دید نمونه تحقیق می‌باشند. معمولاً سرمایه‌گذاران وقتی متقاعد به سرمایه‌گذاری در یک صنعت می‌شوند که تاحدودی اطمینان یابند در صورت قرار دادن سرمایه

-
1. Warner
 2. Kabeer
 3. Hansen & Gauthier
 4. Luiz, and Fadal
 5. Nauright& Ramfjord
 6. Kramin و Safiullin, & Timiryasova
 7. Hume & Stewart
 8. Janson, Mage & Shap
 9. Alafandi and Séguin

خود در آن بخش بیش از سایر گزینه های قابل انتخاب سود خواهند برد و این وظیفه صاحبان صنعت ورزش است که شرایط و فضای مطمئن اقتصادی را فراهم کنند تا جذب سرمایه گذاری در ورزش به خوبی صورت پذیرد (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۴: ۸۴۰). به طور کلی سیاست گذاران اقتصادی با استفاده از سیاست های کلان اقتصادی، سرمایه گذاری و تشکیل سرمایه بخش خصوصی را هدایت کرده و با ایجاد انگیزش هایی، سرمایه گذاران را به انجام پروژه های سرمایه گذاری ترغیب می نمایند. با عنایت به نقش موثر سرمایه گذاری در ایجاد فرصت های شغلی جدید، گسترش منابع درآمدی، افزایش درآمد ملی سرانه و بطور کلی رشد و توسعه اقتصادی، بررسی عوامل موثر بر سرمایه گذاری توسعه ورزش در ایران به لحاظ شناخت توانمندی های اقتصادی و جهت دهی فعالیت های مولد و اشتغال زا از اهمیت خاصی در طراحی و مدیریت سیاست های اقتصادی کلان برخوردار است. با توجه به اهمیت ورزش در بسیاری از زمینه های سلامتی، بهداشتی، اجتماعی و فرهنگی امروز، سرمایه گذاری در این مقوله و نگاه اقتصادی به ورزش ضروری به نظر میرسد. با توجه به آنچه ذکر شد، به نظر می رسد بایستی بستر پیشرفت روز افزون صنعت ورزش ایجاد گردد. برخلاف دنیا که از ورزش به عنوان صنعت یاد می کنند و آن را برای پیشبرد اهداف اقتصادی خود استفاده می کنند، در ایران همچنان به عنوان سرگرمی به آن نگریسته می شود. در راستای سند چشم انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴، دست یافتن به جایگاه نخست اقتصادی، علمی و فناوری؛ با تاکید بر جنبش نرم افزاری و تولید علم، به نظر می رسد صنعت ورزش ایران از طریق ایجاد توانمند سازی اقتصادی و قابلیت های علمی، صنعتی می تواند در دستیابی به چشم انداز کشور ایفای نقش نماید بنابراین برای حرکت هدفمند، نظام مند و اثر بخش در جهت توسعه اقتصادی صنعت ورزش باید پژوهش مرتبط با این پژوهش را سرلوحه تصمیمات این صنعت قرارداد. با وجود تحقیقات مختلف در ارتباط با موانع و چالش های ورزشی و بدست آوردن نتایج مختلف در حوزه اقتصاد ورزشی این موضوع یعنی عوامل موثر بر توسعه سرمایه گذاری و توانمندی اقتصادی در صنعت ورزش همچنان به عنوان مساله ای لاینحل و مبهم برای دست اندرکاران و مدیران و بازاریابان باقی مانده است. ازین رو با انجام این تحقیق می توان به توسعه شناخت و درک کامل تر پیرامون عوامل موثر بر سرمایه گذاری ورزش و نتایج حاصل از آن در ایران دست یافت. با توجه به در نظر گرفتن ابعاد نظری و دستاوردهای کاربردی این پژوهش که در مجموع نقاط قوت بسیاری دارد و همین طور با عنایت به سیاست های کلی نظام و برنامه های توسعه ی پیش بینی شده برای کشور و سند چشم انداز ۱۴۰۴ که در پیش رو داریم، می توان با بهره گرفتن از نتایج این تحقیق و مدنظر قرار دادن تمام همگرایی ها و واگرایی های موجود در نهایت گامی در راستای ایجاد چارچوب های قانون مند و منظم برای مدیران و حامیان مالی و افراد توانمند در راستای دسترسی به توسعه سرمایه گذاری، توانمندی اقتصادی و تعالی ورزش در کشورمان ایران برداریم. نتایج تحقیقات نشان می دهد که اکثریت تحقیقات به سرمایه گذاری و عوامل تاثیر بر جذب سرمایه گذار و حمایت مالی پرداخته شده است و خلای تحقیقاتی در بحث شناسایی عوامل موثر بر توسعه سرمایه گذاری در ورزش به صورت ویژه کاملا مشهود است و دید جامع نسبت به مسئله، در تحقیقات به شکلی که به عوامل موثر در سرمایه گذاری کمتر مشاهده شده است. در نتیجه به عنوان اولین قدم در راه توسعه سرمایه گذاری، شناسایی ابعاد پنهان آن نیازمند یک مطالعه اکتشافی و بهره جستن از آن نیازمند تدوین الگوی راهبردی توسعه سرمایه گذاری ورزشی است. جذب سرمایه در کشور بدون تغییر نگرش در میان مسئولین، سیاستمداران و کارشناسان و ایجاد بستر مناسب برای ورود سرمایه امکان پذیر نیست. در نظر گرفتن تمامی عوامل و موانع تأثیرگذار در جذب سرمایه گذاری و ارائه

مدلی مناسب از رابطه و میزان تأثیر این عوامل می‌تواند سرمایه‌گذاران و سازمان‌های مربوطه را در مراحل آغازین سرمایه‌گذاری و در طی روند سرمایه‌گذاری راهنمایی نماید و به عنوان یک الگوریتم تصمیم‌گیری برای سرمایه‌گذاری در ورزش استفاده شود. از این رو پژوهش حاضر درصدد است در بعد اول مدل اثرات توسعه سرمایه‌گذاری در ورزش ارائه خواهد شد و سپس تأثیر این مدل بر توانمندسازی اقتصادی ورزش ایران که بعد دوم موضوع اصلی تحقیق می‌باشد سنجیده خواهد شد. از لحاظ نو بودن در داخل کشور، موضوع پژوهش تاکنون انجام نشده است. حال این پرسش مطرح می‌شود که مدل پیشنهادی توسعه سرمایه‌گذاری چه تأثیری بر روی توانمندسازی اقتصادی در صنعت ورزش دارد؟

روش‌شناسی پژوهش

روش این تحقیق آمیخته بود که به شکل میدانی انجام پذیرفت. با توجه به اینکه مبانی نظری و ادبیات پیشینه مرتبط با اثرات توسعه سرمایه‌گذاری بر توانمندسازی اقتصادی علی‌رغم مفید بودن نمی‌توانند به درک کامل از این پدیده منجر شود، در مرحله اول تحقیق با استفاده از استراتژی نظریه داده‌بنیاد^۱ (گرنند تئوری) ارائه شده توسط استراوس و کوربین^۲ استفاده گردید. ابتدا داده‌های کیفی با اطلاعات باز پاسخ برای ساخت ابزار اندازه‌گیری جمع‌آوری و پس از تدوین پرسشنامه‌ها، از طریق روش تحقیق توصیفی-پیمایشی داده‌های کمی گردآوری شد. جامعه آماری پژوهش را صاحب‌نظران و نخبگان صنعت ورزش کشور تشکیل دادند. این متخصصان در بخش‌های مختلف آموزشی، پژوهشی و اجرایی موضوع تحقیق آگاه و مشغول به فعالیت بودند و شامل افراد دارای سابقه مدیریت در سطوح مختلف ورزش کشور، اقتصاددانان حتی الامکان آشنا به مسائل ورزشی، اساتید مدیریت ورزشی دانشگاه‌های کشور و فعالان حوزه اقتصاد ورزشی می‌باشد که به تأیید اساتید و خبرگان ورزشی رسیده بودند و افرادی هستند که از نظر آگاهی و اطلاعات در این زمینه برجسته بوده و این‌که بتوانند با ارائه اطلاعات دقیق نمادی از جامعه باشند. از این رو در پژوهش حاضر نظرات ۱۵ نفر از افراد نخبه و صاحب‌نظر در طی مصاحبه نیمه ساختار یافته صورت پذیرفت. جامعه آماری مرحله کمی که متشکل از الف) کلیه افراد دارای سابقه مدیریت در سطوح مختلف ورزش کشور، ب) اقتصاددانان حتی الامکان آشنا به مسائل ورزشی، ج) اساتید مدیریت ورزشی دانشگاه‌های کشور، د) دانشجویان دکتری بازاریابی و مدیریت ورزشی، ه) فعالان و صاحب‌نظران اقتصاد و بازاریابی ورزشی می‌باشند که تعداد آنان حدوداً نزدیک به ۲۰۰ نفر می‌باشند. براساس روش کل‌شمار نمونه آماری برابر با جامعه بوده است. در نهایت تعداد ۱۹۷ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. از سویی دیگر می‌توان بیان کرد که در تحلیل عاملی تاییدی و مدل ساختاری، حداقل حجم نمونه براساس متغیرهای پنهان تعیین می‌شود که ۲۰ نمونه برای هر عامل (متغیر پنهان) لازم است. با توجه به اینکه در پژوهش حاضر ۶ متغیر پنهان وجود دارد حداقل تعداد ۱۲۰ نفر به عنوان نمونه کفایت میکند. هر چند بطور کلی حداقل ۲۰۰ نمونه توصیه شده است.

به‌منظور گردآوری داده‌های مورد نیاز پژوهش و تعیین صحت و سقم آن‌ها در بخش کمی، پرسشنامه‌ای محقق‌ساخته بر گرفته از کدهای حاصل از مصاحبه تنظیم شد. پس از انجام فاز کیفی

1. Grounded Theory
2. Strauss and corbin

پژوهش و استخراج مقوله ها و مفهوم از درون مصاحبه های صورت گرفته، مفهوم و مقوله ها در هر سوالات بررسی شده تبدیل به گویه های پرسشنامه شدند. پرسشنامه عوامل موثر بر توسعه سرمایه گذاری ورزشی در مرحله کیفی با مطالعه مبانی نظری، مصاحبه با اساتید و خبرگان دانشگاه و بر اساس تجزیه و تحلیل کیفی (داده نظریه بنیاد) شناسایی و تدوین گردید. پرسشنامه شامل ۶ بعد عامل فرهنگی- اجتماعی، عامل اقتصادی، عامل مدیریتی- اجرایی، مشوق وابسته به سرمایه گذاری، عامل سیاسی- قانونی و عامل وابسته به ورزش بوده است. جهت اندازه گیری توانمندسازی اقتصادی از پرسشنامه محقق ساخته برگرفته از ابزار پژوهش دادی (۱۳۹۵) استفاده شده است. این پرسشنامه با مطالعه مبانی نظری، مصاحبه با برخی از اساتید، الگو گرفتن از مقالات و پژوهش های مرتبط مرتبط با توانمندسازی اقتصادی طراحی شد. این بخش که دارای ۶ بعد دسترسی به اعتبارات و تسهیلات ورزشی، قدرت خرید و رفتار مصرف کننده ورزشی، میزان سرمایه گذاری ورزشی، مالکیت منابع و محصولات ورزشی، استفاده از تکنولوژی و فناوری و دسترسی به بازار فروش می باشد. روایی پرسشنامه ها بر اساس روایی صوری، محتوایی، سازه، همگرا و واگرا مورد بررسی قرار گرفت و نتایج نشان داد که تمامی گویه های مربوط به پرسشنامه توسعه سرمایه گذاری و توانمندسازی اقتصادی در ورزش دارای برازش لازم می باشد. همچنین پایایی پرسشنامه بر اساس ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی مورد بررسی قرار گرفت که مقدار پایایی برای هر سازه بالای ۰/۷ بوده است که نتایج نشان از پایداری درونی مناسب برای مدل اندازه گیری دارد ($\alpha > 0/80$). از مدل معادلات ساختاری به منظور بررسی فرضیات تحقیق و بررسی تأثیر متغیرهای تحقیق استفاده شد. در این پژوهش از نرم افزار SPSS نسخه ۲۳ در بخش آمار توصیفی و همچنین بررسی ارتباط بین متغیرهای تحقیق بهره گرفته شده و از نرم افزار Amos نسخه ۲۳ نیز به منظور بررسی روایی سازه ابزار تحقیق (تحلیل عاملی تأییدی) و بررسی فرضیات تحقیق (مدل معادلات ساختاری) استفاده گردید.

این تحقیق، که شامل دو قسمت تحلیل داده های کیفی و کمی می باشد، در ابتدا تجزیه و تحلیل داده های حاصل از مصاحبه های عمیق نیمه ساختار یافته با خبرگان به صورت یافته های موردی در سه مرحله ی کدگذاری بر اساس تحلیل اشتراوس و کوربین انجام شده است.

توصیف ویژگی های مصاحبه شوندگان در مرحله کیفی

جدول ۱: توصیف جنسیت، سابقه پژوهشی و اجرایی، تحصیلات و حوزه فعالیت در ورزش و محل اشتغال مصاحبه شوندگان

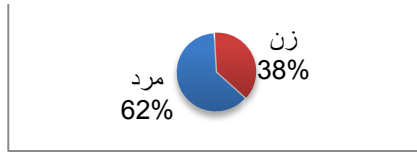
| اشتغال محل | | سابقه پژوهشی یا اجرایی در اقتصاد ورزش | | | | تعداد مصاحبه شوندگان | |
|-------------|----------|---------------------------------------|--------------|----------------|---------------|----------------------|---------------|
| سایر مراکز | وزارت | مراکز آموزش عالی | ۱۱ تا ۱۵ سال | ۵ تا ۱۰ سال | کمتر از ۵ سال | مرد | زن |
| ۶ | ۲ | ۷ | ۴ | ۸ | ۳ | ۱۰ | ۵ |
| فعالیت حوزه | | گرایش تحصیلی | | تحصیلی رشته | | تحصیلات | |
| اجرایی | دانشگاهی | سایر | مدیریت ورزشی | تربیت غیر بدنی | تربیت بدنی | دکتری تخصصی | کارشناسی ارشد |
| ۴ | ۱۱ | ۷ | ۸ | ۴ | ۱۱ | ۱۳ | ۲ |

جدول ۲: تحلیل داده های کیفی مرتبط با متغیر توسعه سرمایه گذاری

| موضوع | ابعاد | مؤلفه ها | مقوله های فرعی |
|-------|-------------------------------|----------------------------|--|
| | | کیفیت انواع ورزش | انتخاب انواع ورزش با توجه به شرایط موجود ورزش ها رشد ورزش خاص در یک منطقه از کشور و سرمایه گذاری در آن |
| | | | در دسترس بودن برخی رشته ها با توجه به شرایط خانوادهها |
| | عوامل وابسته به ورزش | دست اندرکاران ورزشی | کیفیت بالای بازیکنان و جذب بسیاری از تماشاچیان اجرای با کیفیت مسابقات، لیگ ها و با رویدادهای ورزشی حضور و حمایت ستاره ها از ورزش |
| | | | حمایت رسانه ها از ورزش با اجرای با کیفیت برنامه ها برگزاری مسابقات با تعداد کثیر بیننده و عوامل رویدادها رویدادهای برگزار شده با کمترین حادثه و در امنیت کامل حضور حداکثری سازمانها، شرکت ها و برندهای داخلی و خارجی مختلف در رویداد ورزشی |
| | سیاسی قانونی | مدیریت دولتی | ایجاد روابط سیاسی قانونی داخلی و برون سازمان ورزشی انتخاب افراد شایسته بدور از ملاحظات سیاسی انسجام سازمانی مرتبط با ورزش |
| | | | تدوین قوانین حمایتی از سرمایه ی سرمایه گذاران ورزشی تدوین قوانین تسهیل کننده ی مشارکت در برگزاری رویدادهای ورزشی توسط سرمایه گذاران برقراری شرایط خصوصی سازی باشگاههای ورزشی استفاده نکردن دولت از ورزش به عنوان یک ابزار سیاسی واگذاری مدیریت دولتی به مدیریت خصوصی هماهنگی بین مجلس و دولت |
| | اقتصادی | ایجاد ساز و کار اقتصادی | تدوین قوانین تسهیل کننده ی مشارکت در برگزاری رویدادهای ورزشی توسط سرمایه گذاران برقراری شرایط خصوصی سازی باشگاههای ورزشی استفاده نکردن دولت از ورزش به عنوان یک ابزار سیاسی واگذاری مدیریت دولتی به مدیریت خصوصی هماهنگی بین مجلس و دولت |
| | | | فراهم کردن سود سرمایه گذار |
| | | بازاریابی | فراهم کردن سود سرمایه گذار |
| | | | قالب طرح های مالی اجرای اصول مدیریت بازاریابی برند و بازارسازی ورزشی تبلیغات بهینه بازاریابی بین المللی |
| | | ثبات و قدرت اقتصادی | احیای حقوق قانونی باشگاهها و نهادهای ورزشی طراحی بازار شهری برای برندهای سرمایه گذار ورزشی طراحی سامانه ی ارتباط برندهای سرمایه گذار با هواداران. رشد بالای اقتصادی برندهای سرمایه گذار کاهش قدرت دولت در مدیریت مالی باشگاه ها |
| | | | |

| | | |
|--|-------------------|---------|
| ایجاد فضای مطمئن اقتصادی برای ورود سرمایه گذاران | | |
| ثبات در سیاست‌های پولی و مالی کشور | | |
| تمایل حداکثری اقشار مختلف به اجرای ورزش | همه گیری و عمومیت | |
| موج رضایت همه جانبه از رویدادها مسابقات ورزشی | ورزش در جامعه | |
| تشکیل گروه های ورزشی مشترک محله، منطقه و .. | | |
| اشاعه ی فرهنگ کرامت سرمایه گذاران ورزشی در جامعه | تعاملات فرهنگی و | |
| اشاعه ی فرهنگ سرمایه گذاری در حیطه ی ورزش و اثرات | اشاعه نگرش سرمایه | |
| مثبت آن | گذاری | فرهنگی |
| تغییر نگرش سرمایه گذاران به خاطر آسیب های وارده برای سرمایه ی آنها | | - |
| تدوین برنامه های هماهنگ برند سازی برای سرمایه گذاران | | اجتماعی |
| ایجاد انواع برنامه های اطلاع رسانی مزایای سرمایه گذاری | | |
| ورزشی در رسانه | رسانه فعال | |
| ایجاد انواع مشارکت سرمایه گذاران در سرمایه گذاری | | |
| برندهای معروف کشور به مشارکت در ورزش | | |
| تصمیم گیری و برنامه ریزی صحیح در تمامی ارکان | | |
| مدیریتی ورزشی | | |
| سازماندهی مناسب | اصول مدیریتی | |
| هدایت صحیح تمامی عوامل موفقیت حضور سرمایه گذاران | | |
| ورزشی | | |
| کنترل و نظارت دقیق | | |
| ایجاد مکانیسم های اطلاع رسانی ابزار و تجهیزات نرم | | |
| افزاری و سخت افزاری دقیق | | |
| فراهم کردن امکانات شرکت های سرمایه گذار در | مدیریتی | |
| محیط‌های ورزشی | - | |
| ایجاد کمپ های مخصوص شرکت‌ها و سازمان‌های | تامین زیرساخت‌های | |
| سرمایه گذار | اجرایی | اجرایی |
| تدوین آیین‌نامه‌های مالکیت سرمایه گذاران در صورت | | |
| داوطلب بودن | | |
| ارائه ی تسهیلات مالیاتی به سرمایه گذاران خارجی | مشوق های مالی | |
| ارائه ی طرح های افزایش تولید یا خدمات برندهای | (مالیاتی و ..) | |
| تاثیرگذار | | |
| ارائه ی تسهیلات بانکی برای برندهای سرمایه گذار | مشوق | |
| ارائه ی خدمات رفاهی باشگاه ها برای برندهای سرمایه گذار | وابسته | |
| نمایش مسیرهای پرطرفدار ورزشی برای افزایش تعداد | به | |
| مشتریان برندهای سرمایه گذار | سرمایه | |
| بر طرف کردن موانع ارتباط برندها با تماشاچیان و هواداران | ایجاد ظرفیت‌ها و | گذاری |
| باشگاه ها | شاخص‌های اقتصادی | |
| ارائه ی چارچوب های جذب منابع مالی باشگاه های | | |
| ورزشی توسط برندهای سرمایه گذار | | |

یافته‌های توصیفی (ویژگی‌های جمعیت شناختی)

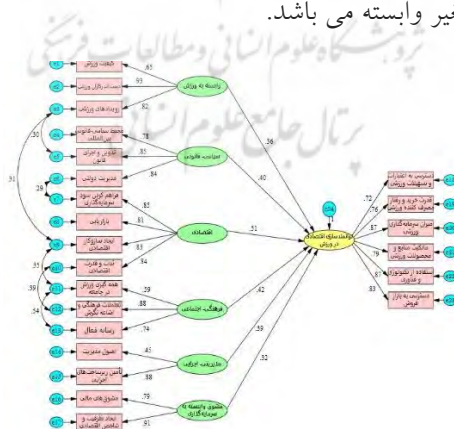


شکل ۱: توزیع نمونه‌های تحقیق بر اساس جنسیت

جدول ۳: توزیع فراوانی نمونه تحقیق بر اساس سن و سابقه شغلی

| توزیع فراوانی نمونه تحقیق بر اساس سن | | | توزیع فراوانی نمونه تحقیق بر اساس سابقه شغلی | | |
|--------------------------------------|---------|--------------|--|---------|--------------|
| سن | فراوانی | درصد فراوانی | سن | فراوانی | درصد فراوانی |
| کمتر از ۳۰ سال | ۷۷ | ۳۹/۱ | کمتر از سه سال | ۶۲ | ۳۱/۵ |
| ۳۰ تا ۴۰ سال | ۴۹ | ۲۴/۹ | ۳ تا ۵ سال | ۴۹ | ۲۴/۹ |
| ۴۱ تا ۵۰ سال | ۵۱ | ۲۵/۹ | ۶ تا ۱۰ سال | ۵۴ | ۲۷/۴ |
| بیشتر از ۵۰ سال | ۲۰ | ۱۰/۲ | بیشتر از ۱۰ سال | ۳۲ | ۱۶/۲ |
| مجموع | ۱۹۷ | ۱۰۰ | مجموع | ۱۹۷ | ۱۰۰ |

به منظور بررسی اثرات عوامل توسعه سرمایه‌گذاری بر توانمندسازی اقتصادی در ورزش از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده شد. در این مدل عوامل مؤثر بر توسعه سرمایه‌گذاری در ورزش شناسایی شده در این تحقیق به عنوان متغیرهای مستقل و توانمندسازی اقتصادی در صنعت ورزش به عنوان متغیر وابسته می‌باشد.



شکل ۲: مدل اثرات عوامل توسعه سرمایه‌گذاری بر توانمندسازی اقتصادی در ورزش (ضرایب استاندارد شده)

در مدل تحقیق (شکل ۲) همانطور که مشاهده می شود مقادیر بارهای عاملی (ضرایب استاندارد شده) بر تمامی متغیرها بیشتر از ۰/۳ بوده و همچنین در بررسی تحلیل عاملی و روایی سازه ابزار تحقیق نیز مشاهده شد مدل های اندازه گیری مورد تأیید می باشد. در ادامه اثرات عوامل مؤثر بر توسعه سرمایه گذاری در ورزش بر توانمندسازی اقتصادی در ورزش گزارش شده است.

جدول ۴: اثرات عوامل توسعه سرمایه گذاری در ورزش بر توانمندسازی اقتصادی در ورزش

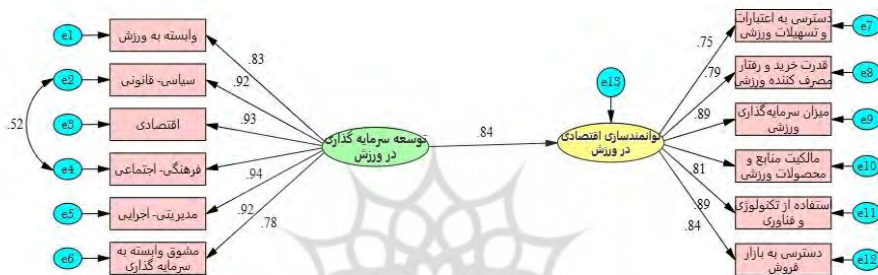
| مسیر | بار عاملی | مقدار t | سطح معناداری |
|-----------------------------|-------------------------|---------|--------------|
| عامل ورزشی | توانمندساز اقتصادی ورزش | ۰/۳۶۰ | ۵/۷۵۲ |
| عامل سیاسی- قانونی | توانمندساز اقتصادی ورزش | ۰/۴۰۰ | ۶/۵۲۷ |
| عامل اقتصادی | توانمندساز اقتصادی ورزش | ۰/۵۰۶ | ۷/۹۶۷ |
| عامل فرهنگی- اجتماعی | توانمندساز اقتصادی ورزش | ۰/۴۱۷ | ۶/۱۸۳ |
| عامل مدیریتی- اجرایی | توانمندساز اقتصادی ورزش | ۰/۳۹۱ | ۵/۵۴۶ |
| مشوق وابسته به سرمایه گذاری | توانمندساز اقتصادی ورزش | ۰/۳۲۰ | ۴/۳۳۵ |

بر اساس نتایج به دست آمده از مدل تحقیق می توان گفت که عامل ورزشی ($\text{Sig}=0/001$)، عامل سیاسی- قانونی ($t=5/752$, $\text{Sig}=0/001$)، عامل اقتصادی ($t=6/527$, $\text{Sig}=0/001$)، عامل فرهنگی- اجتماعی ($t=7/967$, $\text{Sig}=0/001$)، عامل مشوق وابسته به سرمایه گذاری ($t=5/546$, $\text{Sig}=0/001$) و عامل مشوق وابسته به سرمایه گذاری ($t=4/335$, $\text{Sig}=0/001$) بر توانمندسازی اقتصادی در ورزش اثر مثبت معناداری دارند. همچنین بر اساس مقادیر ضرایب رگرسیون استاندارد شده (بارهای عاملی) می توان گفت که عامل اقتصادی ($\beta=0/506$) و عامل فرهنگی اجتماعی ($\beta=0/417$) بالاترین تأثیر و عامل مشوق وابسته به سرمایه گذاری ($\beta=0/320$) کمترین میزان اثرگذاری بر توانمندسازی اقتصادی در ورزش دارند.

جدول ۵: شاخص های برازش مدل عوامل توسعه سرمایه گذاری در ورزش بر توانمندسازی اقتصادی

| شاخص های برازش | مقدار مطلوب | مقادیر شاخص ها | تفسیر |
|---|--------------|----------------|-------|
| کای اسکوآر (کای دو) | - | ۹۵۲/۶۶ | - |
| درجه آزادی | - | ۲۱۸ | - |
| نسبت کای اسکوآر به درجه آزادی (χ^2/df) | کمتر از ۵ | ۴/۳۷۰ | مطلوب |
| شاخص نیکویی برازش (GFI) | بیشتر از ۰/۹ | ۰/۹۰۹ | مطلوب |
| شاخص نیکویی برازش تعدیل شده (AGFI) | بیشتر از ۰/۸ | ۰/۸۱۵ | مطلوب |
| ریشه دوم میانگین خطای برآورد (RMSEA) | کمتر از ۰/۱ | ۰/۰۹۱ | مطلوب |
| ریشه دوم میانگین مجذورات باقیمانده (RMR) | کمتر از ۰/۰۵ | ۰/۰۴۴ | مطلوب |
| شاخص برازش تطبیقی (CFI) | بیشتر از ۰/۹ | ۰/۹۲۱ | مطلوب |
| شاخص برازش هنجار شده (NFI) | بیشتر از ۰/۹ | ۰/۸۵۵ | مطلوب |
| شاخص برازش افزایشی (IFI) | بیشتر از ۰/۹ | ۰/۹۲۳ | مطلوب |

با توجه به شاخص نیکویی برازش (GFI) و شاخص برازش تطبیقی (CFI) به عنوان شاخص‌های اصلی برازش مدل بیشتر از ۰/۹ بوده که نشان از تأیید مدل تحقیق دارد. نسبت کای اسکوار به درجه آزادی (۲/۳۰۲) کمتر از ۵ بوده که به منظور تأیید مدل تحقیق از مقدار قابل قبولی برخوردار است. همچنین مقدار RMSEA برابر با ۰/۰۶۲ می‌باشد و با توجه به اینکه کمتر از ۰/۱ است نشان می‌دهد که مدل قابل قبول می‌باشد. در نهایت مشاهده می‌شود که دیگر شاخص‌های برازش (IFI، NFI، CFI) همگی در سطح خوب و بالا ۰/۹ قرار دارند. در ادامه اثر کلی توسعه سرمایه گذاری در ورزش بر توانمندسازی اقتصادی در ورزش بررسی شده است.



شکل ۳: مدل اثر توسعه سرمایه گذاری بر توانمندسازی اقتصادی در ورزش (ضرایب استاندارد شده)

همان طور که مشاهده می‌شود مقادیر بارهای عاملی (ضرایب استاندارد شده) مربوط به متغیرها (عوامل) توسعه سرمایه گذاری در ورزشی بیشتر از ۰/۳ بوده است که نشان می‌دهد این متغیرهای شاخص‌های مناسبی برای اندازه گذاری سرمایه گذاری در ورزش به شمار می‌روند. همچنین در مورد توانمندسازی اقتصادی در ورزش نیز می‌توان گفت عوامل توانمندسازی اقتصادی شاخص‌های مناسبی برای اندازه گیری آن محسوب می‌شوند.

جدول ۶: اثر توسعه سرمایه گذاری در ورزش بر توانمندسازی اقتصادی در ورزش

| مسیر | بار عاملی | مقدار t | سطح معناداری |
|----------------------------|-------------------------|---------|--------------|
| توسعه سرمایه گذاری در ورزش | توانمندساز اقتصادی ورزش | ۱۰/۵۶۶ | ۰/۰۰۱ |

با توجه به نتایج مدل مشاهده می‌شود که توسعه سرمایه گذاری در ورزش بر توانمندسازی اقتصادی ورزش اثر مثبت معناداری ($\text{Sig}=0/001$, $t=10/566$) با ضریب تأثیر ($\beta=0/837$) دارد.

جدول ۷: شاخص های برازش مدل اثر توسعه سرمایه گذاری در ورزش بر توانمندسازی اقتصادی

| تفسیر | مقادیر شاخص ها | مقدار مطلوب | شاخص های برازش |
|-------|----------------|--------------|---|
| - | ۲۲۹/۸۷۴ | - | کای اسکوار (کای دو) |
| - | ۵۲ | - | درجه آزادی |
| مطلوب | ۴/۴۲۱ | کمتر از ۵ | نسبت کای اسکوار به درجه آزادی (χ^2/df) |
| مطلوب | ۰/۹۱۹ | بیشتر از ۰/۹ | شاخص نیکویی برازش (GFI) |
| مطلوب | ۰/۸۵۸ | بیشتر از ۰/۸ | شاخص نیکویی برازش تعدیل شده (AGFI) |
| مطلوب | ۰/۰۹۳ | کمتر از ۰/۱ | ریشه دوم میانگین خطای برآورد (RMSEA) |
| مطلوب | ۰/۰۳۴ | کمتر از ۰/۰۵ | ریشه دوم میانگین مجذورات باقیمانده (RMR) |
| مطلوب | ۰/۹۳۰ | بیشتر از ۰/۹ | شاخص برازش تطبیقی (CFI) |
| مطلوب | ۰/۹۱۱ | بیشتر از ۰/۹ | شاخص برازش هنجار شده (NFI) |
| مطلوب | ۰/۹۳۰ | بیشتر از ۰/۹ | شاخص برازش افزایشی (IFI) |

نتایج مربوط به شاخص های برازش مدل اثر توسعه سرمایه گذاری در ورزش بر توانمندسازی اقتصادی گزارش شده است. همانطور که مشاهده می شود مقادیر GFI و CFI به عنوان شاخص های اصلی برازش بیشتر از ۰/۹ بوده که نشان دهنده قابل قبول بودن برازش مدل است. همچنین نسبت کای اسکوار به درجه آزادی ۴/۴۲۱ کمتر از ۵ به دست آمده است. در نهایت مقادیر RMR کمتر از ۰/۰۵ و مقدار RMSEA نیز کمتر از ۰/۱ به دست آمده است. در نتیجه با توجه به مقادیر می توان گفت که مدل اثر توسعه سرمایه گذاری در ورزش بر توانمندسازی اقتصادی ورزشی از برازش کافی برخوردار است.

بحث و نتیجه گیری

به منظور اثرات توسعه سرمایه گذاری در ورزش بر توانمندسازی اقتصادی در صنعت ورزش از روش مدل یابی معادلات ساختاری استفاده گردید. بر اساس نتایج به دست آمده از مدل تحقیق عامل وابسته به ورزش، عامل سیاسی- قانونی، عامل اقتصادی، عامل فرهنگی- اجتماعی، عامل مدیریتی- اجرایی و عامل مشوق وابسته به سرمایه گذاری بر توانمندسازی اقتصادی در ورزش اثر مثبت معناداری دارند. همچنین بر اساس مقادیر ضرایب رگرسیون استاندارد شده (بارهای عاملی) می توان گفت که عامل اقتصادی و عامل فرهنگی اجتماعی بالاترین تأثیر و عامل مشوق وابسته به سرمایه گذاری کمترین میزان اثرگذاری بر توانمندسازی اقتصادی در ورزش دارند. براساس یافته های تحقیق عوامل ورزشی به عنوان یکی از مؤلفه های تاثیرگذار توسعه سرمایه گذاری در ورزش، این بعد در مؤلفه های زیر مجموعه ی خود شامل مؤلفه هایی است که مستقیماً به ورزش مربوط می باشند و اگر توسعه ی سرمایه گذاری در ورزش اتفاق بیفتد می تواند یکی از این دلایل باشد. انواع ورزش ها و کیفیت ورزش ها و همچنین کیفیت داوران و مربیان و حتی تماشاچیان موجب توسعه ی سرمایه گذاری هستند. شدت و زمان ورزش ها موجب توسعه سرمایه گذاری است. رویدادهای ورزشی به علت جذب بسیاری از بیننده های ورزشی، در صورت اجرای با کیفیت می تواند یکی از عوامل مهم توسعه ی سرمایه گذاری باشد. نتایج همسو با یافته های الهی (۱۳۸۷) و هانس و گوتیر (۱۹۹۲) کرامپتون (۲۰۱۴) و فرازبانی (۱۳۹۵) می باشد. هانس و گوتیر

(۱۹۸۶) نشان دادند که مهم ترین عامل در رونق و جذب سرمایه گذاری در ورزش حرفه ای و قهرمانی، افزایش تعداد تماشاگران است و یا کرامپتون (۲۰۱۴) جذب سرمایه هواداران و فروش سهام را از عوامل جذب سرمایه بخش خصوصی در تاسیسات مورد نیاز ورزش قهرمانی شناسایی کردند و یا کارمین و همکاران (۲۰۱۴) نشان دادند که برگزاری یونورسیاد دانشجویی بین المللی سبب جذب سرمایه گذاری شده است. که جذب بازیکنان معروف به طور همزمان موفقیت ورزشی باشگاه‌ها، ارتقای وجه باشگاه‌ها و در نتیجه جذب مانع مالی بیشتر از حامیان مالی، صحت گذاری و در نهایت افزایش قیمت سهام باشگاه را به همراه خواهد داشت، که با نتایج تحقیق حاضر همسو می‌باشد. الهی (۱۳۸۷) نیز نشان دادند نهادهای حمایتی سازمان یافته هواداری به عنوان یکی از عوامل های جذب حامیان مالی معرفی نموده است که نتایج تحقیق حاضر همخوانی دارد. به هر حال یکی از عوامل بسیار مهم و تاثیرگذار در رشد اقتصادی صنعت ورزش و توسعه سرمایه گذاری جذب و حفظ تماشاگران و هواداران با هویت باشگاه و کیفیت داوران و مربیان است که دارای نقش انکار ناپذیری در ادامه حیات ورزش و توسعه هستند. هنگامی که این عوامل به صورت سازماندهی شده و در قالب تشکل های مشخص به حمایت پردازند باشگاه ها و سازمان های ورزشی از جنبه اقتصادی از آن سود خواهد برد. امروزه سرمایه گذاری بخش خصوصی بر روی استعدادهای ورزشی و موجب برقراری یک رابطه برد برد بین سرمایه گذار بخش خصوصی و ورزشکار و نیز باعث ارتقای ورزشی قهرمانی در کشور می شود، کمیته ملی المپیک آمریکا و فدراسیون های ورزشی با این رویکرد و اجرای آن در صدر ورزش قهرمانی جهان قرار گرفته اند. نوع ورزش ها، محبوبیت ورزشکاران، تماشاگران و هواداران و داشتن مربیان طراز اول جهانی باعث ترغیب و ایجاد امید در بخش خصوصی برای سرمایه گذاری در ورزش می شود. همچنین تقویت نوع ورزش مثلا بانوان و ایجاد زیرساخت های لازم برای حضور زنان به عنوان نیمی از جمعیت جامعه در ورزشگاه ها باعث رونق بلیت فروشی و تقویت حق پخش تلویزیونی خواهد شد و به دنبال آن سرمایه گذاری نیز افزایش می یابد.

یکی از ابعاد مهم خروجی، بعد سیاسی قانونی است که در مولفه‌ی اول می توان به توسعه ی محیط قانونی و سیاسی کشور در محیط بین المللی پرداخت که خاص حقیقی و حقوقی ایجاد می‌کند که برای تنظیم این روابط لازم است زمینه های حقوقی مناسبی فراهم شود. به بیان دیگر توسعه اقتصادی و سرمایه گذاری صنعت ورزش بدون توسعه حقوقی و قانونی لازم میسر نخواهد. دنیا پاداش (۱۳۸۸) نیز در تحقیق خود مبنی بر بررسی عوامل مؤثر بر خصوصی سازی باشگاه های ورزشی عوامل حقوقی و قانونی را در رتبه دوم عنوان کرد. الهی و همکاران (۱۳۸۸) نیز نشان داد موانع موجود در توسعه ی درآمدزایی حاصل از حمایت مالی تنها به عوامل مدیریتی محدود نمی‌شود و موانع اقتصادی و قانونی نیز نقشی در عدم توسعه ی حمایت مالی ایفا می کنند. در نتیجه لازم است نسبت به ساماندهی بسترهای سیاسی حقوقی و قانونی مناسب برای سرمایه‌گذاران نیز اقدام شود که از جمله آنها می توان به برطرف کردن موانع قانونی واگذاری باشگاه های ورزشی، ایجاد قوانین و مقررات لازم به منظور خصوصی سازی ورزش، برطرف کردن ابهامات قوانین و مقررات در حوزه سرمایه گذاری، تصویب آیین نامه های اجرایی مناسب و بسیاری از موارد دیگر اشاره کرد.

یکی دیگر از ابعاد مهم بدون شک بعد اقتصادی است که مؤلفه های اصلی تامین کننده ی اهداف سرمایه گذار را می توان در این بعد در نظر گرفت. رسیدن به سود، شفاف بودن مدیریت

مالی باشگاه ها و سازمان های ورزشی و همچنین ایجاد ساختار و ساز و کار مالی قدرتمند و همچنین از همه این موارد مهم تر که بسیاری از متخصصین به آن اشاره کرده اند رسیدن به ثبات اقتصادی در کشور و سازمان های تابعه است که در توسعه ی سرمایه گذاری نقش بسزایی دارند، پاداش (۱۳۸۸)، علی دوست قهفرخی (۱۳۸۹) و جلالی فراهانی (۱۳۹۲) شفاف سازی اطلاعات مالی و اقتصادی، سلیمانی (۱۳۹۳) تأثیر مثبت عوامل مالی و سرمایه گذاری و دخالت های اقتصادی دولت در امور اقتصادی بر پیشبرد خصوصی سازی در ورزش و خسروی زاده (۱۳۹۳) موانع اطلاعاتی و بازار سرمایه را عنوان می کنند که با یافته های مطالعه حاضر همراستا است. الفندی و سگوئین (۲۰۱۶) محیط های اقتصادی را به عنوان یک مانع در کسب و کار در ورزش بیان کرد. الهی و همکاران (۱۳۸۸)، محیط نامطمئن اقتصادی و ریسک بالای سرمایه گذاری در ورزش کشور را یکی از موانع توسعه صنعت باشگاه داری حرفه ای فوتبال ایران می داند. منابع اقتصادی از عوامل ضروری برای توسعه ورزش می باشد. منابع مالی و اقتصادی برای برنامه های ورزشی به عنوان درونداد^۱ می باشند. مثال های زیادی از ملتها وجود دارد که با سرمایه گذاری باعث بهبود ورزش های خود شدند و این سرمایه گذاری ها اغلب بعد از شکست در رویدادهای بین المللی بوده است. تحقیقات نشان داده است که نقش دولت ها در فراهم کردن منابع اقتصادی و مالی برای ورزش بسیار حیاتی می باشد و دولت ها با فراهم کردن حمایت های مالی راه موفقیت ورزش و توسعه سرمایه گذاری را هموار می سازند. بی شک در صورتی که سیاست گذاری های اقتصادی در راستای ایجاد فضای باز و مبتنی بر آزادسازی اقتصادی به منظور دستیابی به بازارهای جدید، سرمایه های خارجی و فناوری نوین تعریف شود و اقداماتی در راستای افزایش ثبات اقتصادی صورت پذیرد، ریسک سرمایه گذاری کاهش خواهد یافت و به تبع آن، جریان سرمایه گذاری داخلی و خارجی در کشور افزایش خواهد یافت. از این رو تا زمانی که عوامل مذکور در ساختار اقتصادی کشور وجود داشته باشد، صنعت ورزش کشور نیز مانند دیگر صنایع متأثر از چنین فضایی خواهد بود و کل نظام اقتصادی کشور از تأثیرات فزاینده سرمایه گذاری های بخش خصوصی بی بهره خواهد ماند. در این راستا باید هرچه سریع تر اقتصاد کشور با مالکیت دولتی خداحافظی کند و انحصارها را بشکند و به دنبال ایجاد فضای رقابتی بر آن باشد. یکی از مؤلفه های مهم توسعه سرمایه گذاری در ورزش عامل فرهنگی اجتماعی می باشد. این بعد تمایل افراد بیشتر جامعه به ورزش می باشد که هر چه این آمار بیشتر باشد سرمایه گذاری توسعه ی بیشتری خواهد یافت. تمایل بین سازمانی موجب رشد بیشتر آمار ورود سرمایه گذاران در این حوزه می باشد. ایجاد فرهنگ سرمایه گذاری در کشور و مخصوصا در حوزه ی دانش افزایی می تواند در توسعه سرمایه گذاری نقش بسزایی داشته باشد. رسانه یکی از مهم ترین عوامل توسعه ی سرمایه گذاری است که با ایجاد برنامه های حمایتی و یا بهتر دیده شدن سرمایه گذاران و برندهای آنان می باشد. عسکرزاده (۱۳۸۸) نشان داد عوامل عوامل اجتماعی بیشترین تأثیر را در جذب سرمایه گذاری داشته است. هیوم و استوارت (۲۰۱۷) در پژوهش خود بیان کردند که یکی از علل سرمایه گذاری بالای کشورها در زمینه توسعه ورزش، تأثیر بر شرایط اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی یک جامعه بوده است که همسو با یافته پژوهش حاضر می باشد. الفندی و سگوئین (۲۰۱۶) نیز یکی از موانع مهم کسب و کار ورزشی را عامل فرهنگی اجتماعی بیان کرده است. نتایج تحقیقات ذکر شده با

یافته‌های تحقیق حاضر همخوانی دارد. بنابراین، تلاش برای ایجاد فرهنگ ورزش و فعالیت‌بدنی و از بین بردن برخی از نگرش‌های منفی نسبت به مشارکت در این گونه فعالیت‌ها، به ویژه در مورد بانوان، ضروری است. می‌توان با اتخاذ مکانیسم‌های فرهنگی - اجتماعی نظیر آموزش سبک زندگی ورزش محور، 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، زمینه‌های مختلف فرهنگی اجتماعی که باعث افزایش میزان مشارکت افراد به ورزش می‌شود را فراهم کرد. لذا پیشنهاد می‌شود که دولت‌ها و مدیران برای برون رفت از این مشکل، به اثربخشی و کارایی بخش خصوصی اعتماد داشته باشد و بخش خصوصی را به عنوان یک مولد بسیار خوب در کنار خود پذیرش نماید و این اعتماد و نگرش خوشبینانه را با فرهنگ‌سازی مناسب از طریق صدا و سیما و ... در بین مردم و جامعه، ساری و جاری نماید. همچنین با ایجاد تعهد اجتماعی زمینه مشارکت تمام گروه‌های ذی‌نفع در فرآیند سرمایه‌گذاری ورزش را فراهم نماید.

یکی از ابعاد مهم بعد مدیریتی اجرایی است. اجرای اصول مدیریتی نظیر برنامه ریزی، سازماندهی، تصمیم‌گیری و نظارت دقیق از موارد مهم توسعه‌ی سرمایه‌گذاری است که باید مناسب برای ورود سرمایه‌گذار باشد. تامین زیرساخت‌های اجرایی نظیر امکانات و تسهیلات مادی و همچنین فراهم کردن فضای امن سرمایه‌گذاری را می‌توان از عوامل مهم توسعه‌ی سرمایه‌گذاری دانست. در نتیجه باید از طریق تدوین و تنظیم و برنامه ریزی و مدیریت برنامه‌های مطلوب و فراهم نمودن تسهیلات لازم و مناسب و منطبق بر اصول و موازین علمی راه را برای رسیدن به این اهداف هموار نمود. تعیین اهداف طولانی مدت دیدی جامع به فرد می‌دهد که به سایر جنبه‌های تصمیم‌گیری شکل می‌دهد و نقش موثری را در توسعه سرمایه‌گذاری ورزش در ابعاد مختلف ایفا کند. عسکرزاده (۱۳۹۰) حوزه‌ی زیرساخت‌های فیزیکی را مهمترین عامل در جهت خصوصی‌سازی ورزش دانسته، (علبدوست قهفرخی، ۱۳۸۹؛ جلالی فراهانی، ۱۳۹۴) عدم هماهنگی واحدهای اجرایی و تعدد مراجع تصمیم‌گیری و زمان‌بر بودن آن، (رضوی، ۱۳۸۳) اصلاح ساختار موجود ورزش کشور را ضروری می‌داند، و تأخیرها و پیچیدگی‌های بوروکراتیک را از موانع خصوصی‌سازی ورزش کشور شمرده‌اند که با نتایج تحقیق حاضر همخوانی دارد. موفقیت در هیچ زمینه‌ای و تحت هیچ شرایطی، جز با وجود نیروی متخصص و به کار بردن اصول صحیح مربوط به آن حیطه امکان پذیر نمی‌شود. موضوع سرمایه‌گذاری نیز از این قاعده مستثنی نیست. بررسی در مورد مشکلات مدیریت حمایت‌های مالی و سرمایه‌گذاری و اقدام در جهت رفع آنها می‌تواند تا حد قابل توجهی 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 نظیر روش تدریجی و مرحله‌ای و با نگاه بلندمدت و تخصصی در مدیریت فرآیند سرمایه‌گذاری ورزش کشور در جهت مهیا نمودن زیر ساخت‌ها و انجام الزامات ضروری قبل، حین و بعد از اجرای سرمایه‌گذاری برنامه ریزی نماید.

یکی از ابعاد مهم دیگر عامل مشوق وابسته به سرمایه‌گذاری است. با توجه به شرایط حضور سرمایه‌گذاران در حیطه‌های مختلف می‌توان با ایجاد مشوق‌های مالی نظیر حمایت‌های قانونی حذف مالیاتی و از این دست اقدامات مسیر ورود و رسیدن به اهداف را در شرکت‌های

سرمایه‌گذار ورزشی توسعه داد. ایجاد ظرفیت های ممکن برای ورود سرمایه گذاران یکی از مولفه‌های مهمی است که سبب ماندگاری بیشتر سرمایه گذاران می شود. آموزش سرمایه گذاران و مدیران ورزشی نیز یکی از ارکان مهم توسعه ی سرمایه گذاری باشد. هر چه بهتر دیده شدن سرمایه گذاران در بین دست اندرکاران ورزشی مانند تماشاچیان و همچنین ساختار حمایتی و روانی مسئولین شرکت ها و سازمان های تاثیرگذار بسیار دخیل است. نتایج همسو با یافته های افشاری و همکاران (۱۳۹۶) و فرازبانی (۱۳۹۵) می باشد. افشاری و همکاران (۱۳۹۶) نشان داد که سرمایه گذاری و حمایت مالی از عوامل مهم در توسعه اقتصاد ورزشی می باشد. تدوین یک الگوی واحد برای وضعیت حقوقی و تشویق ها و حمایت های دولتی از سرمایه گذاران به گونه‌ای که بتواند اهداف تجاری و ورزشی را همزمان برآورده سازد، سبب بهبود وضعیت عوامل موثر بر توسعه سرمایه گذاری می شود. مشوق‌های سرمایه گذاری همچون (تصویب و اجرای قانون معافیت مالیاتی اسپانسرهای تیم‌های ورزشی، افزایش تعرفه‌های تبلیغات برای شرکت‌ها در جراید و روزنامه‌ها، ایجاد تسهیلاتی از سوی صدا و سیما برای اسپانسرهای ورزشی، تدوین آیین‌نامه‌ها و فرم‌های قرارداد حمایت مالی، ایجاد آژانس‌های تخصصی بازاریابی ورزشی در کشور، افزایش تعرفه‌های تبلیغات برای شرکت‌ها در تلویزیون) عامل هایی است که می تواند در این راه موثر باشد. تدوین قوانین و مشوق‌هایی برای اسپانسرها بدون تردید علاقه‌مندی آن‌ها را برای سرمایه‌گذاری افزایش داده، به آن‌ها اطمینان بیش‌تری برای دست‌یابی به اهداف خود خواهد داد.

جهت بررسی برازش عوامل موثر بر توسعه سرمایه گذاری در ورزش از تحلیل عاملی استفاده گردید. بر اساس یافته‌های مدل تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم عوامل اثرگذار بر توسعه سرمایه‌گذاری در ورزش نشان می‌دهد که مدل مرتبه دوم عوامل اثرگذار بر توسعه سرمایه‌گذاری که شامل عامل عوامل وابسته به ورزش، عامل سیاسی- قانونی، عامل اقتصادی، عامل فرهنگی- اجتماعی، عامل مدیریتی- اجرایی، مشوق وابسته به سرمایه‌گذاری در ورزش می باشد، مناسب بوده و تمامی شاخص‌ها و مؤلفه‌ها از مقادیر تی و بار عاملی قابل قبولی برخوردار بوده اند. همچنین مقادیر شاخص‌های برازندگی مدل اندازه‌گیری مرتبه دوم عوامل اثرگذار بر توسعه سرمایه‌گذاری ورزش نشان‌دهنده قابل قبول و مناسب بودن شاخص‌های برازندگی (تناسب) و در نتیجه، برازش و مطلوب بودن مدل اندازه‌گیری تحلیل عاملی مرتبه دوم است. نتایج همسو با یافته های فرازبانی (۱۳۹۵) و افشاری و همکاران (۱۳۹۶) می باشد. فرازبانی (۱۳۹۵) در تحقیق خود به طراحی الگوی سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش ایران پرداخت. یافته‌های پژوهش حاکی از این بود که داده‌های این پژوهش با ساختار عاملی و زیربنای نظری تحقیق در مدل‌های تدوین شده برازش (ورزش قهرمانی، ورزش حرفه‌ای، ورزش تربیتی و ورزش همگانی) مناسبی دارد و این بیانگر همسو بودن سؤالات با سازه‌های نظری تحقیق بود. به عبارتی مدل به کار گرفته شده، یک مدل نظری قوی برای طراحی مدل عوامل موثر بر توسعه سرمایه گذاری صنعت کشور است و بارهای عاملی یا توانایی تبیین متغیر جذب سرمایه گذاری صنعت ورزش در شش دسته شامل عامل وابسته به ورزش، عامل سیاسی-قانونی، عامل اقتصادی، عامل فرهنگی-اجتماعی، عامل مدیریتی-اجرایی، مشوق وابسته به سرمایه‌گذاری تقسیم شدند. با به کار بردن این عوامل و اجرایی کردن آن‌ها می توان سرمایه گذاری بخش های مختلف در ورزش کشور را بهبود بخشید و به جذب منابع سرمایه در ورزش کشور پرداخت.

توانمندسازی اقتصادی در هر کشوری و شرایط مطلوب آن، نشانگر وضعیت قابل قبول در زمینه سرمایه‌گذاری و فعالیت‌های اقتصادی است. در واقع یکی از محرک‌های اصلی پیشرفت و توسعه اقتصادی، افزایش و جذب سرمایه‌گذاری در ورزش هاست و در نتیجه افزایش سرمایه‌گذاری همراه با توانمندی اقتصادی این حوزه می‌باشد. جونز (۲۰۰۷) بیان کرد که توسعه سرمایه‌گذاری از یک سو موجب جذب سرمایه‌های غیر کارا و هدایت آن‌ها به بخش‌های مولد اقتصادی گردیده و از سوی دیگر با توجه به جهت‌گیری سرمایه‌گذاران سرمایه‌گذاری‌ها در صناعی هدایت خواهند شد که از سود بیشتر یا ریسک کمتری برخوردارند و این امر موجب تخصیص بهینه در منابع خواهد شد. در این راستا می‌توان بیان کرد که صنعت ورزش یکی از صنایع نوین در اقتصاد بین‌المللی طی دهه‌های اخیر نقش مولدی ایفا نموده و برای سرمایه‌گذاری‌های کلان اقتصادی بیش از پیش برای هر کشوری تأثیرگذار است. تقویت سلامتی جسمی در جامعه، رشد اقتصادی ناشی از تأثیرات آن در روح و جسم نیروی کار و ایجاد امنیت در اثر جلوگیری از روی آوری جوانان به رفتارهای خلاف، از دیگر ابعاد مهمی است که موجب توجه بیشتر فعالان اقتصادی به مقوله ورزش شده است. نقش درآمد ملی در موفقیت ورزشی نشان‌دهنده آن است که ورزش یک بخش حاشیه‌ای در کشورها نیست، بلکه ورزش نیز مانند سایر بخش‌های اقتصادی، اجتماعی و آموزشی با آخرین سیستم‌های علمی و مدیریتی برنامه‌ریزی و هدایت می‌شود که بر روی توانمندسازی اقتصادی ورزش کشور تأثیر مستقیمی دارد. در صورتی که سیاست‌گذاری‌های اقتصادی در راستای ایجاد فضای باز و مبتنی بر آزادسازی اقتصادی به منظور دستیابی به بازارهای جدید و سرمایه‌گذاران جدید سرمایه‌های خارجی و فناوری نوین اقتصادی تعریف شود و اقداماتی در راستای افزایش ثبات اقتصادی صورت پذیرد، ریسک سرمایه‌گذاری کاهش خواهد یافت و به تبع آن، جریان سرمایه‌گذاری کشور افزایش خواهد یافت و می‌تواند در توسعه توانمندسازی اقتصادی موثر واقع شود. از این رو تا زمانی که شاخصه‌های موثر در عامل اقتصادی همچون فراهم کردن سود سرمایه‌گذار و ایجاد نظام بازاریابی ورزشی، ایجاد ساز و کار اقتصادی، ثبات و قدرت اقتصادی برای سرمایه‌گذاران وجود داشته باشد سبب بهبود توانمندی اقتصادی می‌گردد. از این رو لازم است که با ایجاد فضای مطمئن اقتصادی برای ورود سرمایه‌گذاران، ثبات در سیاست‌های پولی و مالی کشور، ایجاد ساختار رقابتی در اقتصاد ورزش، احیای حقوق قانونی باشگاه‌ها و نهادهای ورزشی جهت استفاده از اسپانسرینگ، اطلاع‌رسانی مناسب در مورد حضور برندهای سرمایه‌گذار ورزشی، نظام مند کردن تبلیغات، برند و بازاریابی ورزشی، نرخ سود پایین تسهیلات طولانی مدت و ... سبب افزایش توانمندی اقتصادی در صنعت ورزش گردید. دسترسی به بازار مصرف، سبب ایجاد اطمینان خاطر بیشتری برای سرمایه‌گذاران جهت حمایت مالی می‌شود، حس امنیت مالی را در آن‌ها به وجود می‌آورد و سبب می‌شود سرمایه‌گذاران امکان یکپارچه‌سازی منابع انسانی، تجمع سرمایه‌های کوچک و ایجاد اشتغال با شرایط آسان و در نتیجه توانمندسازی در ابعاد مختلف را فراهم می‌کنند. به طور کلی می‌توان بیان کرد که به طور عام، سرمایه‌گذاران بالقوه تمایل دارند تا در بخش‌هایی سرمایه‌گذاری نمایند که تا حدی از بازگشت سرمایه‌شان اطمینان یافته و نسبت به گزینه‌های موجود دیگر ریسک کمتری را تجربه نمایند. به بیان دیگر از نظر اقتصادی، در هر صنعتی که میزان ریسک برای سرمایه‌بالا باشد، حرکت سرمایه در آنجا کند و در هر صنعتی که میزان بازدهی انتظاری سرمایه بالاتر باشد حرکت

سرمایه در آن جا سریع تر خواهد بود. نتایج پژوهش هودا^۱ (۲۰۰۱) نیز با یافته های حاضر همخوانی دارد. وی اصل انتظار سود حاصل از سرمایه گذاری را مهمترین عامل در جذب سرمایه گذاری داخلی و خارجی حامیان مالی در ورزش می داند. در این راستا در صورتی که مدیران و مسئولان امر بتوانند به طور اساسی در فرآیند توسعه اقتصادی گام بردارند و به یک وضعیت تمام عیار مبدل گردد، محیط مطمئن اقتصادی برای سرمایه گذاری بوجود خواهد آمد و مانع مذکور نیز خود به خود حل خواهد شد. همچنین به لحاظ فرهنگی اجتماعی، پی نبردن جامعه به مفهوم سرمایه به عنوان عامل حرکت دهنده اقتصاد می تواند به نفی مفهوم سرمایه گذاری منجر شود و دفاع از سرمایه گذاری با مقاومت مواجه خواهد شد. اگر موضوعاتی همچون سرمایه گذاری های مولد در افکار جامعه از نظر مزایا و نتایج آن ها به عنوان ارزش بیان شود و رابطه پیوسته و نزدیک میان توسعه و نظام اقتصادی و همچنین سرمایه گذاری در نظام فکری افراد و جامعه وجود داشته باشد، فضای فرهنگی جامعه برای سرمایه گذاری مساعد شده، موجب اعتماد به نفس سرمایه گذاران و مدیران خواهد شد (رهبر، ۱۳۸۶). ازین رو، باوجود زمان بر بودن کارهای فرهنگی اجتماعی، به نظر می رسد بتوان با اتخاذ راه کارهایی مناسب و طی برنامه های کوتاه مدت و بلندمدت به ارتقای فرهنگ سرمایه گذاری و مشارکت سرمایه گذاران ورزشی کمک نمود. سرمایه گذاری در ورزش از جمله سرمایه گذاری هایی است که دارای دوران باروری هم کوتاه مدت و هم درازمدت می باشد. که با پرداختن به آن می توان نتایج اجتماعی فرهنگی و نتایج اقتصادی شایان توجهی را به دست آورد و در تأمین نیازهای جامعه و رفاه ملی و بهبود توانمندی های اقتصادی کوشید. بنابراین با توجه به نتایج تحقیقات انجام گرفته شده در این حوزه، استقرار و پیاده سازی مناسب توسعه سرمایه گذاری در ورزش مثمر ثمر می باشد، مسلم است برای استفاده از مزایای استقرار و پیاده سازی توسعه سرمایه گذاری نمی توان بدون طرح و برنامه پیش رفت. با توجه به ویژگی های خاص صنعت ورزش، موضوعی که اهمیت دارد ارائه یک مدل بومی و خاص به منظور توسعه سرمایه گذاری در صنعت ورزش و تاثیراتش بر روی توانمندسازی اقتصادی، استقرار و پیاده سازی آن می باشد که نتایج این پژوهش می تواند در این راستا موثر باشد. بر مبنای کلیه نظریه ها و پیشینه بیان شده در این پژوهش بر کسی پوشیده نیست که در کلیه صنایع از جمله ورزش، توسعه سرمایه گذاری منجر به رشد و پیشرفت در برخی ابعاد آن صنعت خاص می شود. همچنین این تحقیق به طور مشخص به دنبال این امر مهم مسلم بود که چگونه و بر چه متغیرهایی در توانمندسازی اقتصادی در ورزش کشور حایز اهمیت است، چرا که نتایج تحقیق بیان داشت توسعه سرمایه گذاری در ورزش می تواند منجر به توسعه رفتار مصرف کنندگان ورزشی و دسترسی بهتر به بازار فروش و مواردی از این دست گردد. با تاکید بر توانمندسازی ظرفیت های ورزشی داخلی، باید فرآیندهای گرفتن مجوزها و روند تولید تسهیل شود و جوانان ایرانی با تکیه بر توان و دانش داخلی می توانند زمینه رشد اقتصادی را در صنعت ورزش ایران فراهم کنند.

پیشنهادها

۱. بر پایه مدل حاضر می توان فرآیند توسعه سرمایه گذاری ورزش ایران را بر نقش توانمندسازی اقتصادی تجزیه و تحلیل کرد و به نوعی به دسته بندی جدید دست یافت که مبتنی بر نظرات خبرگان ایرانی است. این مدل، چارچوبی مناسب و بومی برای مطالعات در این حوزه است و به عنوان مقدمه ای به منظور توسعه سرمایه گذاری و توانمندسازی اقتصادی می تواند مبنای

عمل قرار گیرد و شناختی کلان و جامع برپایه شناسایی عوامل کلیدی نقش‌های اثر گذار بر توسعه سرمایه گذاری در ورزش و چگونگی تعامل آنها با یکدیگر پدید می‌آورد؛ این مدل می‌تواند مبنای عقلانی سرمایه گذاری ورزش ایران قرار گیرد که قابلیت ارزیابی مستمر را ایجاد می‌کند.

۲. نتایج حاصل از پژوهش لزوم اهتمام به جذب سرمایه گذاران را آشکار می‌سازد که با اثربخشی تبلیغات، افزایش میزان سرمایه گذاری بخش های مختلف و روی کارآمدن شرکت‌های مختلف تولیدی و خدماتی این امر محقق می‌شود. در این راستا دولت می‌تواند با حمایت از شرکت های خصوصی و ارائه تسهیلات و اعطای معافیت های مالیاتی سبب ورود شرکت ها به ورزش و سرمایه گذاری شوند.

۳. پیشنهاد می‌شود با ایجاد سیستم یکپارچه مدیریتی و ایجاد ثبات مدیریتی در فدراسیون های ورزشی بر بسیاری از عوامل مهم در سرمایه گذاری صنعت ورزش از جمله عوامل مالی و اقتصادی، عوامل تبلیغاتی و بازاریابی و حقوقی و قانونی، اجتماعی و ... می‌تواند تأثیرگذار باشد.

۴. با توجه به برازش مطلوب به دست آمده از مدل مدل نظری قوی برای طراحی مدل عوامل جذب سرمایه گذاری در صنعت ورزش، می‌توان بیان داشت وجود امنیت برای سرمایه گذاران و انجام حمایت های لازم، مانند اعطای تسهیلات و معافیت ها و تخفیف های مالیاتی مناسب، انگیزه های حضور بخش خصوصی در زیر مجموعه های مختلف تربیت بدنی و ورزش را فراهم و با توجه به موانع دیگر و تمرکز بر ایجاد راهکارهایی جهت توسعه این امر احتمالاً می‌تواند موجب سرمایه گذاری و مشارکت بخش خصوصی در ورزش شود.

۵. با توجه به عامل اقتصادی، ضرورت ایجاد بخش بازاریابی ورزشی در درون حوزه ی طرح و برنامه تربیت بدنی وزارت علوم، وزارت ورزش و جوانان، فدراسیون ها، هیئت های ورزشی و ... اجتناب ناپذیر است. این بخش در بسیاری از فدراسیون های ورزشی دنیا وجود دارد لذا پیشنهاد می‌شود بخش بازاریابی ورزشی در فدراسیون ها، سازمان ها و ادارات تربیت بدنی ایجاد شود و با استفاده از متخصصان امر و با دانش، استفاده از خبرگان و سرمایه گذاران در زمینه توسعه بازاریابی و درآمدزایی قدم برداشت.

۶. با در نظر گرفتن نقش مهم برنامه ریزی و مدیریت پیشنهاد می‌شود برنامه ریزی های لازم برای جذب حامیان مالی بالاخص سازمان ها و صنایع بزرگ برای توسعه ورزش صورت پذیرد. ازین رو لازم است که مدیرانی که در این راستا تخصص و توانایی لازم را دارند استفاده نمود تا با استفاده از مهارت های ارتباطی، مدیریت و توانمندیهای خود بتوانند زمینه‌ساز حضور سرمایه گذاران صنایع بزرگ در زمینه ورزش شوند.

۷. با توجه به عامل وابسته به ورزش در توسعه سرمایه گذاری، پیشنهاد می‌شود مسئولین ورزشی در جهت بالا بردن سطح کیفیت مسابقات و رویدادهای ورزشی تلاش نموده و با افزایش رسانه ها در میادین ورزشی، سطح مخاطبان، تماشاچیان و طرفداران تیم‌ها را افزایش دهند.

۸. با توجه به نقش حقوقی سیاسی پیشنهاد می‌شود مسئولین مربوطه در جهت اصلاح قوانین مربوط به رعایت حق پخش تلویزیونی که در تقویت تیم‌ها و باشگاه‌های ورزشی نقش مؤثری دارد و ایجاد قوانینی چون قانون حق مؤلف و قوانین مربوط به بلیت فروشی توسط

باشگاه‌ها و همچنین اجرایی نمودن قوانین مربوط به خصوصی نمودن واحدهای صنعتی و باشگاه‌های ورزشی که زمینه‌ساز ایجاد اقتصاد رقابتی و حضور سرمایه گذاران می‌باشند، اقدام‌های لازم را به عمل آورند.

۹. با توجه به تأثیر عوامل اقتصادی-بازاریابی پیشنهاد می‌شود مدیران و برنامه‌ریزان ورزش با ایجاد فرصتی از طریق برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی بازاریابی ورزشی برای مسئولین هیئت‌ها و تیم‌های ورزشی و استفاده‌ی کاربردی تکنیک‌ها و فنون بازاریابی در مسابقات و میادین ورزشی و تشکیل کمیته‌ها، آژانس‌های تخصصی بازاریابی ورزشی در تیم‌ها و هیئت‌های ورزشی، نقش مفیدی ایفا نمایند.

۱۰. با توجه به عوامل و موانع‌های فرهنگی اجتماعی پیشنهاد می‌شود که دولت به اثربخشی و کارآیی بخش خصوصی و همچنین سرمایه گذاران صنایع اعتماد داشته باشد و آن‌ها را به عنوان یک مولد بسیار خوب در کنار خود پذیرش نماید و این اعتماد و نگرش خوشبینانه را با فرهنگ سازی مناسب از طریق صدا و سیما و... در بین مردم و جامعه، جاری نماید. همچنین با ایجاد تعهد اجتماعی زمینه مشارکت تمام گروه‌های ذی‌نفع در فرآیند ترغیب سرمایه‌گذاران ورزش را فراهم نماید.



منابع

- احسانی، محمد؛ ابودردا، زینب و اقبالی، مسعود. (۱۳۸۷). «بررسی علل عدم حمایت اسپانسرها از ورزش حرفه ای بانوان شهر اصفهان». نشریه علوم حرکتی و ورزش. سال ۶، شماره ۱۲، صص ۱۱۱-۱۲۰.
- الهی، علیرضا؛ سجادی، نصرالله؛ خبیری، محمد و ابریشمی، حمید. (۱۳۸۸). «موانع موجود در توسعه جذب درآمد حاصل از حمایت مالی در صنعت فوتبال جمهوری اسلامی ایران». نشریه مدیریت ورزشی. شماره ۱، صص ۱۸۹-۲۰۲.
- افشاری، مصطفی؛ هنری، حبیب و سیدعامری، میرحسن. (۱۳۹۶). «تحلیل عوامل موثر بر توسعه اقتصادی صنعت ورزش ایران». دهمین همایش بین المللی علوم ورزشی، تهران، ۴۴. بخشنده، حسین. (۱۳۹۸). «برآورد مدل رشد اقتصادی صنعت ورزش ایران و رتبه بندی عوامل موثر با رویکرد ترکیبی SWOT-AHP». رساله دکتری، پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی.
- سجادى، سید احمد؛ راسخ، نازنین؛ رضوی، سید محمدحسین و دوستی، مرتضی. (۱۳۹۶). «مطالعه تطبیقی ساختار ورزش ایران و کشورهای منتخب اروپا». مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. ۱۶(۳۶)، صص ۲۳-۴۲.
- پاداش، دنیا و سلطان حسینی، محمد. (۱۳۹۱). «تعیین و اولویت بندی عوامل مدیریتی و اجرایی موثر بر خصوصی سازی باشگاه های ورزشی با روش AHP». مطالعات مدیریت ورزشی. ۱۵، صص ۴۷-۶۲.
- دادی، جمشید. (۱۳۹۵). «واکاوی موانع و محدودیت های توانمندسازی اقتصادی خانوارهای ساکن در روستاهای مرزی (مطالعه موردی: منطقه سیستان)». پایان نامه کارشناسی ارشد، جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه زابل.
- جلالی فراهانی، مجید و علیدوست قهفرخی، ابراهیم. (۱۳۹۲). «تحلیل موانع اقتصادی مور بر اجرای سیاست های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی در ورزش حرفه ای ایران». مطالعات مدیریت ورزشی. ۵(۱۹)، صص ۱۰۹-۱۲۸.
- خزایی، علی؛ هنری، حبیب و شهلایی باقری، جواد. (۱۳۹۷). «شناسایی چالش های پیاده سازی اقتصاد مقاومتی در صنعت ورزش کشور». مطالعات مدیریت ورزشی. ۱۰(۴۹)، صص ۵۹-۷۸.
- خسروی زاده، اسفندیار؛ بهرامی، علیرضا و حقدادی، عابد. (۱۳۹۳). «موانع سرمایه گذاری و مشارکت بخش خصوصی در ورزش استان مرکزی». مطالعات مدیریت ورزشی. ۶(۲۴)، صص ۲۰۷-۲۲۲.
- ده حقی، سمیه؛ چیدری، محمد و صدیقی، حسن. (۱۳۹۳). «نقش تعاونی های کشاورزی در توانمندسازی اجتماعی زنان روستایی». فصلنامه تعاون و کشاورزی. سال ۳، شماره ۱۱، صص ۱-۲۴.
- رهبر، فرهاد؛ خامنه، فرشید مظفری محمدی، شاپور. (۱۳۸۶). «موانع سرمایه گذاری و تأثیر آن بر رشد اقتصادی در ایران». مجله تحقیقات اقتصادی. شماره ۸۱، صص ۱۱۱-۱۳۸.

- رضایی، شمس الدین. (۱۳۹۵). اقتصاد ورزش، اوقات فراغت و گردشگری. چاپ اول، ایلام: انتشارات دانشگاه ایلام.
- فرازبانی، فاتح. (۱۳۹۵). «طراحی الگوی سرمایه گذاری بخش خصوصی در ورزش ایران». دانشگاه پیام نور، رساله دکتری تخصصی.
- سلیمانی، طیبه؛ قره خانی، حسن؛ ساقی، جوادی، و فولادی حیدرلو، سودابه. (۱۳۹۳). «بررسی نقش عوامل اقتصادی بر خصوصی سازی در ورزش از دیدگاه کارشناسان». تهران، هشتمین همایش بین المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی.
- عسگرزاده، مریم و حیدری نژاد، صدیقه. (۱۳۹۰). «بررسی عوامل مور بر جذب سرمایه گذاری در ورزش استان خوزستان». مطالعات مدیریت ورزشی، ۳(۱۲)، صص ۷۴-۶۱.
- غفوری، فرزاد و هنرور، افشار. (۱۳۸۶). «نظر متخصصان درباره اثر جهانی سازی بر راهبردهای تربیت بدنی و ورزش». پژوهش در علوم ورزشی. ۱۷، صص ۵۱-۶۱.
- قاسمی، رضا؛ جوادی پور، محمد و ترکفر، احمد. (۱۳۹۴). «شناسایی موانع بازاریابی ورزشی ایران از دیدگاه مدیران ورزشی کشور». نشریه مدیریت ورزشی، ۷(۶)، صص ۸۲۹-۸۴۶.

- Ashburn, K., & Warner, A. (2010). "Can economic empowerment reduce vulnerability of girls and young women to HIV?" Emerging insights. International Center for Research on Women: Washington DC, USA, 210.
- Alafandi, Ahmed & Séguin., Benoit (2008). "Sport Marketing in Egypt". Prospective Challenges and franchise value report. 2008, 1-3.
- Chow Hsueh-wen; Ling Guo-Jie; Yen L-yin; Hwang Kuo-Ping. (2017). "Building brand equity through industrial tourism". Asia Pacific Management Review 2017, 2(2), 70-79.
- Crompton, J. L. (2014). "Proximate development: an alternate justification for public investment in major sport facilities?" Managing Leisure, 19(4): 263-282.
- Johnston, K., Wattie, N., Schorer, J., & Baker, J. (2018). "Talent identification in sport: a systematic review". Sports Medicine, 48(1), 97-109.
- Jones, C. P. (2007). Investments: analysis and management. John Wiley & Sons, 45.
- Hansen, H., & Gauthier, R. (1989). "Factors affecting attendance at professional sport events". Journal of sport management, 3(1), 15-32.
- Howard, D., & Crompton, J. (2004). Financing Sport. Morgantown, WV: Fitness Information Technology, Inc.2.
- Huda, H. (2001). Investors' opinions about sports marketing in Bahrain.40.
- Hume, P. A., & Stewart, A. D. (2018). "Physique assessment in youth sports for talent identification and development". In Best Practice Protocols for Physique Assessment in Sport (pp. 3-10): Springer.
- Kabeer, N. (2012). "Women's economic empowerment and inclusive growth: labour markets and enterprise development". International Development Research Centre, 44(10), 1-70.

- Kramin, T., Safiullin, L., & Timiryasova, A. (2014). **"Defining Priorities of Management of Investment Attractiveness of the Region and their Consideration in the Framework of Implementing Large Sports Events1"**. Mediterranean Journal of Social Sciences, 5(18), 275.
- Luiz, J. M., & Fadal, R. (2011). **"An economic analysis of sports performance in Africa"**. International Journal of Social Economics.
- Nauright, J., & Ramfjord, J. (2010). **"Who owns England's game? American professional sporting influences and foreign ownership in the Premier League"**. Soccer & Society, 11(4), 428-441.
- Pruna, R., Miñarro Tribaldos, L., & Bahdur, K. (2018). **"Player talent identification and development in football"**. Apunts Sports Medicine, 53(198), 43-46.
- Santo, C. (2005). **"The economic impact of sports stadiums: Recasting the analysis in context"**. Journal of Urban Affairs, 27(2), 177-192.
- Sarmiento, H., Anguera, M. T., Pereira, A., & Araújo, D. (2018). **"Talent identification and development in male football: A systematic review"**. Sports Medicine, 48(4), 907-931.
- Weiss, A. (2011). **Principles of Sociology of Sport**. Kramtallh translation firm. In: Reed Publishing Press.336
- Yongjae Kim Stephen D. Ross. (2006). **"An exploration of motives in sport video gaming"**. International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, Vol. 8 Iss 1 pp. 28 – 40.

