

مدل توسعه‌ای اقتصادی اجتماعی فوتبال ایران

مهران جعفری¹، محمدرضا اسماعیل زاده قندهاری^{2*}، حسن فهیم دین³، حسین پیمانی زاد⁴

نوع مقاله: پژوهشی

تاریخ دریافت: 1400/11/03

تاریخ پذیرش: 1401/03/10

چکیده

هدف: پژوهش حاضر با هدف مدل توسعه‌ای اقتصادی اجتماعی فوتبال ایران انجام گرفت.

روش‌شناسی: روش پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش اجرا به صورت آمیخته بود که به صورت میدانی انجام شد. جامعه آماری پژوهش در مرحله اول «کشف عوامل» از طریق مصاحبه‌های عمیق، کلیه خبرگان و افراد صاحب‌نظر و آگاه در ارتباط با حوزه اقتصادی صنعت فوتبال کشور (مدیران حوزه اقتصادی در فوتبال (فدراسیون، برخی روسای هیئت‌ها و کارشناسان خبره حوزه اقتصاد ورزش) بود که از این مجموعه تا جایی که نسبت به موضوع پژوهش اشباع نظری حاصل گردید، افراد برای انجام مصاحبه و کسب اطلاعات لازم در ارتباط با موضوع مورد نظر به صورت کاملاً غیراحتمالی انتخاب شدند. با توجه به این مطالب، مصاحبه با انتخاب هدفمند افرادی که صاحب‌نظر و آگاه در ارتباط با موضوع پژوهش (توسعه اقتصادی) بودند آغاز شد و طی یک پروسه 3 ماهه و مصاحبه با 20 نفر پژوهشگر احساس کرد که به نقطه اشباع نظری رسید. همچنین در بخش کمی جامعه آماری متشکل از کلیه کارشناسان حوزه بازاریابی ورزش بویژه فوتبال، برخی مسئولین حوزه اقتصادی و بازاریابی فوتبال در فدراسیون، هیئت‌های ورزشی، صاحب‌نظران و اساتید دانشگاه، اصحاب رسانه، مدیران عامل باشگاه‌های فوتبال، مربیان، داوران و ورزشکاران به منظور تکمیل داده‌های لازم انتخاب شدند. با توجه به حجم بالایی از افراد جامعه پژوهش برای ارائه داده‌های لازم جهت آزمون مدل روش نمونه‌گیری در دسترس برای انتخاب نمونه‌ها استفاده گردید. بر این اساس تعداد 384 نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار اندازه‌گیری پژوهش در بخش کیفی شامل مصاحبه نیمه ساختاریافته بود. در مرحله کمی از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. برای بدست آوردن روایی پرسشنامه از روایی محتوایی، روایی سازه و برای پایایی آن از آلفای کرونباخ استفاده شد. مراحل تحلیل داده‌ها در بخش کیفی از طریق کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی با نرم افزار MAXQDA 2020 بر اساس روش گلنزر بود. در بخش کمی نیز برای تحلیل داده‌های استنباطی از مدل معادلات ساختاری بر اساس نرم‌افزار SPSS و PLS نسخه 23 استفاده شد.

یافته‌ها: چهار عامل شامل عامل توسعه سیاست‌گذاری، اقتصادی، باشگاهی و تطبیقی بر توسعه اقتصادی اجتماعی فوتبال موثر می‌باشند؛ که بین آنها تفاوت معناداری وجود دارد به طوری که، «مولفه توسعه تطبیقی» بالاترین رتبه در عوامل موثر بر توسعه اقتصادی فوتبال از دیدگاه نمونه تحقیق داشته و «عوامل باشگاهی» پایین‌ترین رتبه را به خود اختصاص داده‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری: با توجه به یافته‌های پژوهش پس از تدوین مدل توسعه‌ای اقتصادی اجتماعی فوتبال ایران مشخص شد که شاخص‌های برآزش مدل از مقدار قابل قبول و مطلوب برخوردار بوده و مدل تحقیق تأیید شد.

واژگان کلیدی: توسعه سیاست‌گذاری، اقتصادی اجتماعی، باشگاهی و تطبیقی، فوتبال

¹ دانشجوی دکتری گروه تربیت بدنی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران. ID

² دانشیار گروه تربیت بدنی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران (نویسنده مسئول). ID

³ دانشیار گروه تربیت بدنی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران. ID

⁴ دانشیار گروه تربیت بدنی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران. ID

مقدمه

امروزه تجاری‌سازی و حرفه‌ای‌سازی صنعت ورزش که آثار اقتصادی و اجتماعی در سطح بین‌المللی دارد، موجب توسعه بخش ورزش به‌عنوان یک صنعت پر سود و رقابتی شده است. صنعت ورزش یکی از مهمترین بسترهای توسعه اقتصادی و پیشرفت اجتماعی است و نقش مهیج و مهمی در اقتصاد ورزش و حتی رشد اقتصاد ملی داشته است. صنعت ورزش ظهور اقتصاد مدرن بشری در قالب یک اقتصاد صنعتی جدید، یکی از متنوع‌ترین صنایع در دنیای تجارت و از نظر اقتصادی یکی از عوامل مهم بازآفرینی اقتصاد ملی در بسیاری از کشورها است. در حال حاضر ورزش به‌عنوان یک صنعت بزرگ یکی از مؤثرترین منابع اقتصادی در جوامع توسعه یافته است و به‌عنوان یکی از شاخص‌های مهم توسعه یافتگی کشورها به‌شمار می‌رود (Hadian, et al, 2020). به طوری که مشاغل جهانی در بازار ورزش نقش مهمی را آغاز کرده و منجر به ساختار جدیدی از ورزش با نگرانی‌های تجاری شده است (Keles, 2020). ورزش در حال تبدیل شدن به یک تجارت بزرگ سرگرمی است به طوری که طبق گفته PwC گردش مالی آن در ایالات متحده 69000 میلیون دلار بوده است. به طور مثال گردش مالی در ورزش اروپا رشد جدی را خصوصاً در حق پخش و درآمد تجاری تجربه کرده‌اند که اگر چنین رشدی نبود، بسیاری از باشگاه‌های ورزشی دچار مشکلات مالی می‌شدند و منجر به عدم موفقیت می‌گردید (Sanchez, et al, 2019). تأثیر ورزش به‌عنوان یک پدیده اجتماعی غیرقابل انکار است و بعد اقتصادی ورزش نیز به همان اندازه خود پدیده ورزشی جالب توجه بوده است (Núñez-Pomar, Calabuig-Moreno, Rodríguez-Guerrero, 2019).

در این راستا صنعت فوتبال به شدت تحت تأثیر تحولات اقتصادی قرار گرفته و به‌عنوان محبوب‌ترین ورزش ملی شماره یک در اکثر کشورها توجه رسانه‌ها و مخاطبان سراسر جهان را به خود جلب کرده است (Atghia, Gharekhani & Yaghoubi, 2021). بدون شک فوتبال رایج‌ترین و محبوب‌ترین ورزش در عرصه بین‌المللی است. امروزه فوتبال در بسیاری از کشورها ورزش ملی است و نقش باشگاه‌ها در بین ارکان صنعت فوتبال بیش از سایر موارد مهم است زیرا مانند یک کارخانه تولیدی و شرکت‌های آن عمل می‌کنند (Zhang, et al, 2018). فوتبال به‌عنوان یک ورزش به یک صنعت پرسود تبدیل شده است که با توجه به علاقه زیاد مردم به فوتبال همواره در کانون توجه رسانه‌ها، شرکت‌های تجاری و صاحبان سایر صنایع قرار دارد. باشگاه‌ها مهمترین جزء صنعت فوتبال هستند و تداوم این صنعت در گرو بقای باشگاه‌هاست. باشگاه‌های فوتبال زمانی قادر به ادامه حیات خواهند بود که بتوانند هزینه‌های خود را پوشش دهند و درآمد ایجاد کنند (Asadollahi, et al, 2020). بنابراین می‌توان گفت که منابع مالی و غیرمالی (Olayo, 2019) تأثیر بسزایی در دستیابی به عملکرد بهینه باشگاه‌های ورزشی دارد. حتی پس از در نظر گرفتن اثرات تورم، نرخ رشد سالانه درآمد از 13 درصد فراتر رفته است، در دوره‌ای که اقتصاد بریتانیا کمتر از 3 درصد در سال به صورت واقعی رشد کرده است. و در حالی که لیگ برتر به طور مداوم در صدر جدول رشد درآمد قرار دارد، لیگ‌های ملی ایتالیا، آلمان، اسپانیا و فرانسه نیز مانند لیگ قهرمانان اروپا، جام جهانی فوتبال، مسابقات قهرمانی اروپا و کل درآمدها به سرعت رشد کرده‌اند که این نشان دهنده توسعه اقتصادی صنعت فوتبال است (Sanchez, Barajas, Sanchez, Fernandez, 2020).

Emami, Emami, and Afshari (2022) در پژوهشی با عنوان اثرات توسعه سرمایه‌گذاری بر توانمندسازی اقتصادی صنعت ورزش پرداختند و نشان دادند مدل تحقیق دارای برآزش لازم بوده و توسعه سرمایه‌گذاری بر توانمندسازی اقتصادی صنعت ورزش ایران اثرگذار می‌باشد. Tayebi Sani, Fahiminejad and Roshan Zamir (2021) در تحقیقی با عنوان شناسایی و تحلیل عوامل اثرگذار بر توسعه فوتبال حرفه‌ای در ایران نشان دادند عامل اقتصادی، عامل مدیریتی، عامل هواداری، عامل رسانه‌ای و عامل حقوقی بر توسعه فوتبال حرفه‌ای در ایران تاثیر دارند. Mandalizadeh, Amiri (2021) در پژوهش خود به طراحی چارچوب مفهومی برای توسعه قابلیت‌های نوآوری در لیگ برتر فوتبال ایران پرداختند. بر اساس نتایج هفت عنصر بر اساس مصاحبه‌ها استخراج شده است. آنها شامل منابع زیرساخت مالی، رهبری تحول آفرین، تفکر استراتژیک، بازاریابی نوآورانه، ظرفیت منابع انسانی، فرآیند دانش و محیط سازمانی بودند. Aliev, et al (2021) در تحقیقی با عنوان تجزیه و تحلیل کارایی فعالیت‌های مالی و اقتصادی باشگاه‌های فوتبال روسیه، با تجزیه و تحلیل انجام شده نشان داد که با رویکرد شایسته، به ویژه

در موضوعات محبوبیت ورزش، برند لیگ و باشگاه، مشتری‌مداری و استفاده از ضریب انحصار محصول، پرسنل واجد شرایط و همچنین فعالیت سرمایه‌گذاری و نوآوری از جمله در بحث تربیت پرسنل ورزشی، صنعت ورزش حرفه ای را می‌توان به عنوان یک ابزار سرمایه‌گذاری و تبلیغاتی موثر در نظر گرفت که هم به صورت پولی و هم در قالب تصویر و تاثیر اجتماعی قابل توجه می‌تواند درآمدزایی داشته باشد. Sánchez, Barajas, Sanchez-Fernandez (2020) در پژوهش خود به بررسی رابطه بین سودآوری و عملکرد ورزشی در فوتبال اروپا پرداختند. این مقاله نشان می‌دهد که عملکرد مالی تأثیر منفی بر عملکرد ورزشی باشگاه‌ها دارد، در حالی که عملکرد ورزشی تأثیر منفی بر سودآوری ندارد. علاوه بر این، تمرکز مالکیت بر هر دو متغیر عملکرد تأثیر منفی دارد.

در حال حاضر، تأثیر اقتصادی فوتبال به برگزاری رویدادهای بزرگ بین‌المللی مانند جام جهانی محدود نمی‌شود، بلکه در بسیاری از کشورها، برگزاری لیگ‌های حرفه‌ای و صنعت باشگاه‌داری باعث رشد و توسعه اقتصادی در سطح کلان شده است؛ به عنوان نمونه در کشورهایی مانند انگلستان و اسپانیا، فوتبال به منزله ماشین اقتصادی عمل می‌کند و سالانه میلیون‌ها دلار درآمد دارد و از این طریق، در رشد و توسعه اقتصادی کل کشور نیز نقش مهم ایفا می‌کند. در تحقیق حاضر نیز با توجه به رویکردهای تحقیقی دنیا و کشور، با مطالعه ی آمیخته (کیفی و کمی) و استفاده مستقیم از نظرات متخصصین امر و حیطةی ورزش و فوتبال، شاید بتوان جواب بسیاری از سوالات عدم پیشرفت و گسترش توسعه اقتصادی صنعت فوتبال کشور را پیدا کرد. سوالاتی نظیر ابعاد توسعه اقتصادی صنعت فوتبال ایران کدام‌اند، مولفه‌های هر یک از ابعاد توسعه اقتصادی صنعت فوتبال ایران کدام‌اند، میزان نقش هر یک از ابعاد و مولفه‌ها در توسعه اقتصادی صنعت فوتبال ایران چقدر است و مدل توسعه ای اقتصادی اجتماعی فوتبال ایران کدام است؟

روش شناسی

روش اجرای پژوهش حاضر به صورت آمیخته (کیفی و کمی) و بر اساس استراتژی نظریه داده بنیاد¹ (گرند تئوری) بود. همچنین پژوهش بر اساس دسته بندی تحقیقات بر مبنای هدف به صورت اکتشافی-توسعه ای بود. جامعه آماری پژوهش در مرحله اول «اکتشاف عوامل» از طریق مصاحبه‌های عمیق، کلیه خبرگان و افراد صاحب‌نظر و آگاه در ارتباط با حوزه اقتصادی صنعت فوتبال کشور (مدیران حوزه اقتصادی در فوتبال (فدراسیون، برخی روسای هیئت‌ها و کارشناسان خبره حوزه اقتصاد ورزش) بود که از این مجموعه تا جایی که نسبت به موضوع پژوهش اشباع نظری حاصل گردید، افراد برای انجام مصاحبه و کسب اطلاعات لازم در ارتباط با موضوع مورد نظر به صورت کاملاً غیراحتمالی انتخاب شدند. با توجه به این مطالب، مصاحبه با انتخاب هدفمند افرادی که صاحب‌نظر و آگاه در ارتباط با موضوع پژوهش (توسعه اقتصادی) بودند آغاز شد و طی یک پروسه 3 ماهه و مصاحبه با 20 نفر پژوهشگر احساس کرد که به نقطه اشباع نظری رسید. همچنین در بخش کمی جامعه آماری متشکل از کلیه کارشناسان حوزه بازاریابی ورزش بویژه فوتبال، برخی مسئولین حوزه اقتصادی و بازاریابی فوتبال در فدراسیون، هیئت‌های ورزشی، صاحب‌نظران و اساتید دانشگاه، اصحاب رسانه، مدیران عامل باشگاه‌های فوتبال، مربیان، داوران و ورزشکاران به منظور تکمیل داده‌های لازم انتخاب شدند.

با توجه به حجم بالایی از افراد جامعه پژوهش برای ارائه داده‌های لازم جهت آزمون مدل روش نمونه‌گیری در دسترس برای انتخاب نمونه‌ها استفاده گردید. بر این اساس تعداد 384 نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار پژوهش در بخش کیفی، مصاحبه‌های عمیق و اکتشافی بود. سوالات مصاحبه‌ها از نوع باز پاسخ بود و بر اساس ابعاد نظریه داده‌بنیاد، موجبات علی، شرایط مداخله گر، ویژگی‌های زمینه‌ای، راهبردها و پیامدها را مورد بررسی قرار داد تا از زبان مصاحبه‌شوندگان، موضوع روشن شود. برای حصول اطمینان از روایی بخش کیفی پژوهش و به منظور اطمینان خاطر از دقیق بودن یافته‌ها از دیدگاه پژوهشگر، از نظرات ارزشمند اساتید آشنا با این حوزه و متخصصان دانشگاهی که در این حوزه خبره و مطلع بودند استفاده نمود. همچنین به‌طور هم‌زمان از مشارکت‌کنندگان در تحلیل و تفسیر داده‌ها کمک گرفته شد. برای بررسی اعتبار و روایی در پژوهش کیفی از مقبولیت، انتقال‌پذیری و تأییدپذیری استفاده گردید. فلذا در این پژوهش تمامی موارد مربوط به مقوله‌های فوق رعایت

گردید. در پژوهش کنونی از پایایی باز آزمون، جهت سنجش پایایی استفاده شد که برابر با 0/74 بوده است. همچنین در بخش کمی، ابزار مورد استفاده، پرسشنامه‌ای 87 سؤالی بود که با استفاده از داده‌های مصاحبه طراحی گردید. پرسشنامه بر اساس طیف 5 ارزشی لیکرت از کاملاً موافقم عدد 5 الی کاملاً مخالفم عدد 1 تدوین شده است. این پرسشنامه شامل 4 بعد توسعه سیاستگذاری، توسعه باشگاهی، توسعه اقتصادی و توسعه تطبیقی بوده است. جهت روایی پژوهش سوالات بدست آمده از مرحله کیفی بر اساس نظر اساتید راهنما و مشاور و تایید آن در اختیار 10 نفر از متخصصان و خبرگان حوزه ورزش و فوتبال قرار گرفت و پس از اعمال نظرات آنان فهرست واریسی تحلیل محتوی نهایی تهیه گردید. روایی محتوی پژوهش نیز بر اساس ضریب نسبی روایی محتوا¹ (CVR) مورد سنجش متخصصین قرار گرفته است که بر این اساس تعداد سؤالات به 76 سؤال کاهش پیدا کرد.

به منظور بررسی پایایی پرسشنامه از آزمون ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید که پایایی ابزار بر اساس نتایج به دست آمده بالای 0/7 بدست آمد. مراحل تحلیل داده‌ها در بخش کیفی از طریق کدگذاری باز²، کدگذاری محوری³ و کدگذاری گزینشی⁴ با نرم افزار MAXQDA 2020 بر اساس روش گلیزر بود. در بش کمی نیز برای تحلیل داده‌های استنباطی از مدل معادلات ساختاری بر اساس نرم‌افزار SPSS و pls نسخه 23 استفاده شد.

یافته‌ها

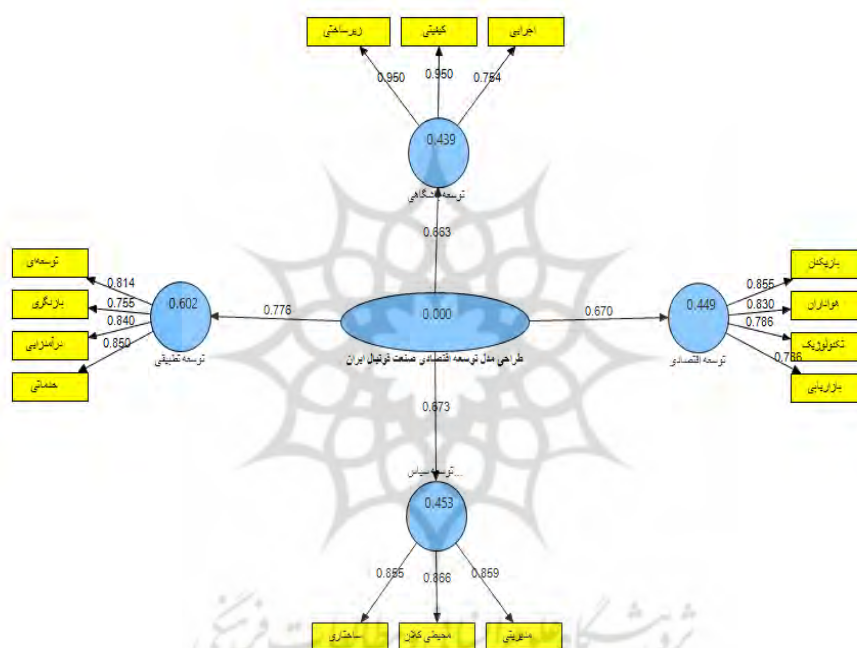
در این پژوهش به منظور رسیدن به هدف پژوهش، پس از مطالعات صورت گرفته، مصاحبه نیمه ساختار یافته با 20 نفر از افراد متخصص انجام شد. در بخش تحلیل مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته، داده‌های جمع آوری شده ابتدا به صورت کدهای باز درآمده و این کدها بیانگر عوامل توسعه اقتصادی صنعت فوتبال ایران هستند. نتایج به صورت دسته بندی شده در قالب کدهای محوری استخراج شدند. پس از شناخت درون‌مایه‌های فرعی متن کلیه مصاحبه‌ها، در مجموع تعداد 236 درون‌مایه‌های فرعی ایجاد شد. تعدادی از این کدها مشابه بوده و در مصاحبه‌های مختلف تکرار شده بودند بطوری که در مرحله تحلیل تعداد 78 کد مستقل (درون‌مایه‌ها) ایجاد شد. با استناد به نتایج کدبندی محوری و مفاهیم مشترک بین مقوله‌های مورد نظر 15 مقوله به نام‌های ابعاد مدیرتی، ابعاد محیطی کلان، ابعاد ساختاری، ابعاد زیرساختی، ابعاد بازیکنان، ابعاد هواداران، ابعاد بازاریابی، ابعاد تکنولوژیک، ابعاد کیفیتی، ابعاد اجرایی، ابعاد توسعه‌ای، ابعاد بازنگری، ابعاد درآمدزایی و ابعاد خدماتی در امر طراحی مدل توسعه اقتصادی صنعت فوتبال ایران شناسایی شد که به طور خلاصه در جدول 1 نشان داده شده است.

جدول 1. کدگذاری نظری مدل توسعه ای اقتصادی اجتماعی فوتبال ایران

کد گزینشی	کدمحوری	منبع
توسعه‌ی سیاستگذاری	ابعاد مدیرتی	p11-p13-p8-P18-p13-p5-P1-p2-p4-p6-p5-p7-p10
	ابعاد محیطی کلان	
توسعه‌ی باشگاهی	ابعاد ساختاری	p3-p6-p7-p1-p8-p10-p15-p14- p11-p9-p4-P16-P19-p10-p1-p5
	ابعاد اجرایی	
توسعه‌ی اقتصادی	ابعاد کیفیتی	p14-p7-p8-p10 p3-p2-p6 p9-p13-p14-p9-p4-p12-P17-P18-P19-P20
	ابعاد بازیکنان	
	ابعاد هواداران	
توسعه‌ی تطبیقی	ابعاد بازاریابی	p9-p4-p5 p8-p4-p13-p7-p10
	ابعاد تکنولوژیک	
ابعاد توسعه‌ای		

1. content validity ratio
- 2 open coding
- 3 axial coding
- 4 selective coding

بر اساس نتایج به دست آمده از مرحله کیفی ابعاد توسعه اقتصادی صنعت فوتبال ایران شامل 4 بعد توسعه اقتصادی، توسعه تطبیقی، توسعه کیفیتی و توسعه سیاستگذاری می باشد. بعد توسعه اقتصادی شامل مولفه های مرتبط با بازیکنان، هواداران، بازاریابی و تکنولوژیک می باشد. بعد توسعه تطبیقی شامل مولفه های توسعه ای، بازننگری، درآمدزایی و خدماتی می باشد. بعد توسعه کیفیتی شامل مولفه های زیرساختی، پیش نیاز فردی و اجرایی و نهایتاً بعد توسعه سیاستگذاری شامل مولفه های مدیریتی، محیطی کلان و ساختاری می باشد. در ادامه به تجزیه و تحلیل نتایج آزمون بر اساس مدل معادلات ساختاری پرداخته شده است. برای بررسی برازش مدل های اندازه گیری سه معیار پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شد که نتایج نشان دهنده تایید بودن مدل بوده است. در ادامه بعد از تایید برازش مدل های اندازه گیری نوبت به برازش مدل ساختاری پژوهش می رسد.



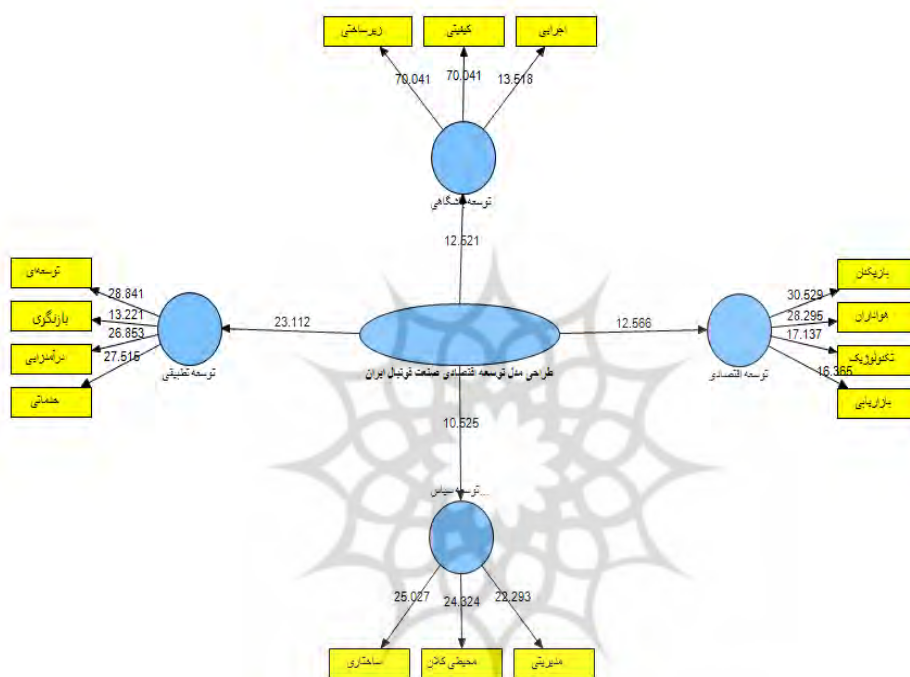
نمودار 1. برازش مدل ساختاری

جدول 2. بررسی برازش مدل اندازه گیری با استفاده از حداقل مربعات جزئی (PLS)

عوامل	مسیرها	گویه ها	بارعاملی ضرایب استاندارد (β)	مقادیر ضرایب معناداری (t)
توسعه اقتصادی	<---	ابعاد بازیکنان	0/865	16/352
	<---	ابعاد هواداران	0/830	14/295
	<---	ابعاد بازاریابی	0/796	12/337
	<---	ابعاد تکنولوژیک	0/788	10/796
توسعه باشگاهی	<---	ابعاد اجرایی	0/784	8/972
	<---	ابعاد کیفیتی	0/960	22/230
	<---	ابعاد زیرساختی	0/950	18/182
توسعه سیاستگذاری	<---	ابعاد مدیریتی	0/859	10/770
	<---	ابعاد محیطی کلان	0/864	10/784

10/206	0/855	ابعاد ساختاری	<---	توسعه تطبیقی
12/871	0/814	ابعاد توسعه‌های	<---	
8/502	0/766	ابعاد بازنگری	<---	
8/160	0/840	ابعاد درآمذزایی	<---	
8/928	0/860	ابعاد خدماتی	<---	

همچنین در بررسی برازش مدل ساختاری پژوهش، ارتباط بین عامل‌های مدل توسعه اقتصادی صنعت فوتبال ایران نیز نشان داد که بارعاملی ضرایب استاندارد مؤلفه بیش از 0/4 بود که حاکی از وجود ارتباط معنادار بین عامل‌ها با مفهوم کلی پژوهش داشت.



نمودار 2. ضرایب معنی‌داری t (مقادیر t-values)

با توجه به دو شکل 1 و 2، مقدار T-Value برای 5 رابطه مربوط به متغیرهای تحقیق بیشتر از 1/96 می‌باشد و همه رابطه‌ها تایید شده است. این به معنای برازش مناسب مدل است.

جدول 3. مقادیر T-Value روابط در مدل ساختاری

متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضرب مسیر	T-VALUE
طراحی مدل توسعه اقتصادی صنعت فوتبال ایران	توسعه باشگاهی	0/663	12/521
	توسعه تطبیقی	0/776	23/112
	توسعه اقتصادی	0/670	12/566
	توسعه سیاست‌گذاری	0/673	10/525

بر اساس نتایج به دست آمده از نمودار و همچنین جدول 2 و 3 میزان نقش هر یک از ابعاد و مولفه‌ها در توسعه اقتصادی نشان داده شده است. بر اساس جدول 3- مولفه توسعه تطبیقی با ضریب مسیر 0/776 بالاترین میزان اهمیت در توسعه اقتصادی

صنعت فوتبال ایران را دارد. همچنین پس از آن توسعه سیاستگذاری با ضریب مسیر 673/0، مولفه توسعه اقتصادی با ضریب مسیر 670/0 و در نهایت مولفه توسعه باشگاهی با ضریب مسیر 663/0 در اولویت بعدی قرار دارند. همچنین نتایج جدول 4-20 نشان داد که بعد بازیکنان با بار عاملی 865/0، بعد هواداران (0/860)، بعد بازاریابی (0/796)، بعد تکنولوژیک (0/778)، بعد اجرایی (0/784)، بعد کیفیتی (0/960)، بعد زیرساختی (0/950)، بعد مدیریتی (0/859)، بعد محیطی کلان (0/864)، بعد ساختاری (0/855)، بعد توسعه ای (0/814)، بعد بازنگری (0/766)، بعد درآمدزایی (0/840) و در نهایت بعد خدماتی (0/860) بر توسعه اقتصادی صنعت فوتبال نقش دارند.

در ادامه برای برازش مدل کلی از معیار GOF استفاده شد.

مقادیر اشتراکی = این مقدار از میانگین مجذور بارهای عاملی هر متغیر به دست می آید.

$$GOF = \sqrt{R^2 * \text{Communality}}$$

از میانگین مقادیر اشتراکی هر متغیر درون زای مدل به دست می آید.

Communality

R² : میانگین مقادیر R Square متغیرهای درون زای مدل است.

برای این شاخص برازش مقدار 0/01، 0/25 و 0/36 که به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی معرفی شده است.

جدول 4. برازش مدل کلی

GOF	Communality	(R ²)R Square	
0/681	0/723	0/643	توسعه باشگاهی
0/667	0/758	0/587	توسعه تطبیقی
0/664	0/740	0/596	توسعه اقتصادی
0/671	0/679	0/664	توسعه سیاستگذاری

در مجموع برای برازش پذیری مدل توسعه اقتصادی صنعت فوتبال ایران مدل اندازه گیری و ساختاری مورد بررسی و سنجش قرار گرفت که در ابتدا روایی و پایایی تمامی ابعاد مورد تایید قرار گرفت. همچنین برازش مدل ساختاری پژوهش نیز نشان از تایید مدل داشته است. در نهایت نتایج نشان داد با توجه به سه مقدار 0/01، 0/25 و 0/36 که به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است و حصول مقادیر بیشتر از 0/36 نشان از برازش کلی قوی مدل دارد. بنابراین مدل توسعه ای اقتصادی صنعت فوتبال ایران دارای برازش مطلوب می باشد.

بحث و نتیجه گیری

هدف کلی از انجام این پژوهش، مدل توسعه ای اقتصادی اجتماعی فوتبال ایران بود. بر این اساس الگوی نهایی پژوهش مشتمل بر 14 مقوله اصلی ارائه شد. بر اساس نتایج تحلیل داده های کیفی حاصل از مصاحبه، ارائه مدل پارادایمی، شامل: عوامل توسعه ای سیاستگذاری (3 مقوله)، توسعه ای باشگاهی (3 مقوله)، توسعه ای اقتصادی (4 مقوله) و توسعه ای تطبیقی (4 مقوله) است. در نهایت، الگویی برای توسعه اقتصادی صنعت فوتبال ایران به عنوان مقوله اصلی یا پدیده محوری انتخاب شد که به عنوان یک متغیر وابسته تحت تأثیر شرایط گوناگونی مانند ابعاد مدیریتی، ابعاد محیطی کلان، ابعاد ساختاری، ابعاد اجرایی، ابعاد کیفیتی، ابعاد زیرساختی، ابعاد بازیکنان، ابعاد هواداران، ابعاد بازاریابی، ابعاد تکنولوژیک، ابعاد توسعه ای، ابعاد بازنگری، ابعاد درآمدزایی و ابعاد خدماتی قرار دارد، نتایج همسو با Hamidpour, Nadari, Esmaili (2021) که در قالب مدل پارادایمی به شرایط علی (نیروی کار آموزش دیده، فرصت کارآفرینانه ورزشی، ویژگی های فردی، منابع مالی، ارتباطات محیطی)، عوامل زمینه ای (فرهنگ عمومی، نظام اداری کشور، شرایط اقتصادی، سیاسی، دانشگاه ها)، عوامل مداخله گر (ماهیت صنعت ورزش، نابسامانی ورزش کشور، وضعیت بازار هدف، فضای کسب و کار، توانمندی تولیدی و فنی)، راهبردها (جهانی سازی، واگذاری

باشگاه‌ها به بخش خصوصی، اصلاح قوانین، توانمندسازی پارک‌های علم و فناوری، ارتقای توانمندی بازاریابی و برندسازی) در تحقیق خود اشاره داشته‌اند. همچنین Rezaei (2017) در تحقیق خود نشان داد که هفت مؤلفه: مکانیزم‌های مؤثر مدیریتی، مکانیزم‌های مالی، مکانیزم‌های آموزش، مکانیزم‌های اصلاح ساختار فوتبال، مکانیزم‌های اصلاح فرهنگ، مکانیزم‌های حقوقی - قانونی از عوامل توسعه و موفقیت باشگاه‌های فوتبال ایران می‌باشد. علاوه بر این Mohammadi, et al (2019) در تحقیق خود بین توسعه اقتصادی صنعت ورزش و عوامل آن (توسعه نهادی، ساختار و مالکیت، توسعه رسانه‌ای، توسعه علمی-پژوهشی، توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن، توسعه نیروی انسانی، توسعه امکانات و زیرساخت، توسعه حقوقی و قانونی، توسعه بنگاه‌های صادرات، توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی) با عوامل تولید در کلاس جهانی (کیفیت، نوآوری، هزینه، زمان، انعطاف پذیر) و عوامل خدمت در کلاس جهانی، فروش و پس از فروش رابطه علی و اثرگذار وجود دارد که می‌تواند باعث توسعه صنعت ورزش در کلاس جهانی شود. همچنین بر اساس نتایج پژوهش بخش کمی، تمامی عوامل شناسایی شده بر توسعه اقتصادی صنعت فوتبال ایران تاثیر معناداری دارد. در این بین به ترتیب عامل توسعه‌ی تطبیقی با مقدار $(\beta=0/776)$ بیشترین تاثیر و عوامل توسعه‌ی سیاستگذاری با مقدار $(\beta=0/673)$ ، توسعه‌ی اقتصادی با مقدار $(\beta=0/670)$ و توسعه‌ی باشگاهی با مقدار $(\beta=0/663)$ کمترین تاثیر را بر توسعه اقتصادی صنعت فوتبال ایران داشتند. نتایج با پژوهش‌های Emami, and Afshari (2022) Vahidizadeh (2018) Elahi (2018) Terekli and Çobanoğlu (2008) (2018) همخوانی دارد. امروزه ورزش فوتبال به یک صنعت درآمدزا تبدیل شده است که با توجه به علاقه فراوان مردم به آن همواره در کانون توجهات رسانه‌ها، شرکت‌های تجاری و صاحبان دیگر صنایع قرار داشته است. باشگاه‌ها مهمترین بخش صنعت فوتبال محسوب می‌شوند که ادامه حیات این صنعت وابستگی بسیاری به پابرجا ماندن باشگاه‌ها دارد. باشگاه‌های فوتبال زمانی قادر خواهند بود به حیات خود ادامه دهند که بتوانند هزینه‌های خود را تامین کرده و درآمدزا باشند. در هر صنعتی، درآمد یکی از مهمترین ارکان آن تلقی می‌گردد. صنعت فوتبال با افزایش امکانات ارتباطی مانند ماهواره، اینترنت، موبایل و رادیو، ورود حامیان مالی، تخصصی شدن فعالیت‌های ورزشی و جذابیت‌های فراوان آن برای مردم، فضای مناسبی را جهت فعالیت‌های اقتصادی فراهم نموده است. صنعت فوتبال طی ده‌های اخیر تغییرات فراوانی کرده است و باشگاه‌های آن مانند یک بنگاه اقتصادی قدرتمند به دنبال منابع و روش‌های مختلف جهت کسب درآمد می‌باشد. علاقه و حضور بی شمار مردم در مسابقات فوتبال باعث ورود بازاریاب‌های صنایع و بنگاه‌های اقتصادی دیگر برای تبلیغ و فروش بیشتر محصولات خود شده است. در این میان هزینه‌های اداره یک باشگاه فوتبال به دلیل دستمزدهای سنگین بازیکنان و مربیان، هزینه اسکان، رفت و برگشت تیم از مسابقات باعث شده تا مدیران باشگاه‌ها تلاش فراوانی برای جبران هزینه‌ها و رسیدن به نقطه سر به سری انجام می‌دهند. باشگاه فوتبال برای ادامه حیات و حضور در مسابقات، نیازمند کسب درآمد می‌باشند. باشگاه‌های فوتبال برای ادامه حیات خود و حضور در مسابقات، نیازمند کسب درآمد می‌باشند. باشگاه‌های موفق همواره دارای منابع درآمدی و تراز مالی بهتری هستند (Naghdi, Kaghazian, Afsharpi, 2013). به طور کلی از آنجایی که ورزش به عنوان یک صنعت بزرگ به عنوان یکی از مهم‌ترین شاخص‌های توسعه کشورها محسوب می‌شود، در هر کشوری که پتانسیل رشد در این زمینه را داشته باشد، داشتن مدل توسعه اقتصادی جامع برای صنعت ورزش خصوصا ورزش فوتبال، پیش نیاز یک برنامه‌ریزی کلان است. همچنین با بهره‌گیری از فرصت‌های و عوامل شناسایی شده در این پژوهش از جمله امکان تبیین مولفه‌های توسعه در اقتصاد ورزش فوتبال، مدیران سازمان‌های ورزشی به توسعه اقتصادی در صنعت ورزش فوتبال، افزایش توجه مردم به ورزش برای جلوگیری از همه‌انواع بیماری‌ها و چاقی‌ها و امکان پیدایش کسب و کارهای جدید از طریق اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، با تدوین برنامه و مدل توسعه اقتصادی صنعت ورزش فوتبال ایران می‌توان بسیاری از نقاط ضعف شناسایی شده و موجود را برطرف و تهدیدات و متعاقبا برنامه‌ریزی کلان و صحیح را به حداقل رساند و موجب رشد و توسعه اقتصاد ملی نیز شد. بر اساس این کدهایی که بدست آمده می‌توان کاملاً به این نکته پی برد که شرایط فوتبال کشور در 4 مقوله‌ی گزینشی که از کدهای محوری بدست آمده، تفاوت زیادی با محیط بین‌المللی در توسعه اقتصادی فوتبال دارد. بر اساس مطالب بیان‌شده و کدهای در نظر گرفته‌شده، آنچه نتایج پژوهش حاضر به ما ارائه داد مشخص‌کننده‌ی آیت‌های زمینه‌ای توسعه اقتصادی در رشته‌ی فوتبال بوده است؛ بنابراین زمینه‌هایی که اقتصاد را فراهم می‌کند، می‌تواند به توسعه‌ی باشگاه‌های فوتبال کمک کرده و آینده‌ی روشنی برای

شرکت‌های حامی این باشگاه‌ها داشته باشد. رشد و توسعه‌ی بازار هدف از اولویت‌های اول و زمینه‌ای حمایت از باشگاه‌های ورزشی است که بسیاری از شرکت‌ها به دنبال آن هستند و از نتایجی که از حمایت به دست می‌آورند غالباً به دنبال سود بیشتر هستند البته گاهی شرکت‌هایی که از باشگاه‌های فوتبال حمایت می‌کنند از تأثیرات مثبت حمایت‌های معنوی هم بهره‌مند می‌گردند که این موضوع به ثمربخشی و رشد آنان کمک می‌کند. با توجه به موارد مذکور و کدهایی که به دست آمد می‌توان مسیر روشنی پیدا کرد که از این نتایج روشن امتیاز «برد برد» برای فوتبال و هم برای شرکت‌هاست؛ بنابراین فراهم کردن زمینه‌هایی که این انگیزه‌ها را فراهم می‌کند، می‌تواند به توسعه‌ی باشگاه‌های فوتبال کمک کند و آینده‌ی خوبی نیز فوتبال داشته باشد. در نهایت بر اساس یافته‌های تحقیق، اجرای بستری کارآمد و مبتنی بر الگوها و نظریه‌های مدرن اقتصادی برای شفافیت فعالیت اقتصادی تیم‌های فوتبال و توسعه ارتباط حامیان با فوتبال، از طریق بررسی وضعیت باشگاه‌هایی که حمایت مالی شده‌اند، پیشنهاد می‌گردد. همچنین پیشنهاد می‌شود که محدودیت‌های موجود در این زمینه همچون نگاه چند بعدی به اقتصاد ورزش فوتبال کشور و وابسته بودن اقتصاد ورزش به دولت در مرحله‌ی اول حل و فصل شده و به بخش خصوصی واگذار شود تا با نگاهی متفاوت مانند درآمدزا بودن اقتصاد ورزش بویژه از طریق برگزاری رویدادهای ورزشی همچون کشورهای موفق در این زمینه قدم برداشته شود.

تشکر و قدردانی

نویسندگان بر خود لازم می‌دانند که از تمامی افراد نمونه تشکر نمایند.



References

- Aliev A A, Litvishko O V, Yusifova A I, Fateeva A A. (2021). Analysis of the efficiency of financial and economic activities of russian football clubs. *Vestnik Universiteta*, (5): 85-92.
- Asadollahi E, keshtidar M, Heydari R, Peric M. (2020). Brand Identity Transfer and Consumers Sport Commitment in the Iranian Football Premier League: Mediating Role of Promotional and Advertising Tools. *Journal of New Studies in Sport Management*, 1(1): 10-21.
- Atghia N, Gharekhani H & Yaghoubi S. (2021). Prerequisites for Transference of Professional Football Clubs in Iran with Emphasis on Economic Requirements. *Journal of New Studies in Sport Management*, 2(4).
- Hadian H, Hossein Razavi S MH, Boroumand M.R, Amirnejad S.(2020). Strategies for Developing Economy of Iran's Sports Industry. *Ann Appl Sport Sci* 8(s2): e843, 2020.
- Keles B. (2020). examination of the relationship between the sources of income and the sporting success of the clubs in the international football league. *The Journal of Physical Education and Sport Sciences Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*. 18(4): 37-45
- Mandalizadeh Z, Amiri M. (2021). Designing a Conceptual Framework for Innovation Capability Development in Iranian Football Premier League. *Sports Business Journal*, 1(1): 99-114
- Núñez-Pomar J M, Calabuig-Moreno F, Rodríguez-Guerrero P. (2019). Sports economics and management: An analysis of five journals indexed in the JCR. *Journal of Sports Economics & Management*, 8(3): 150-171.
- Olayo J O. (2019). Succession Planning in Organizations; Impact on Workplace Productivity. *Supreme Journal of Business and Management*, 2(1): 1-11
- Sánchez I, Barajas A, Sanchez-Fernandez P. (2020). Profits may lead teams to lose matches, but scoring goals does not lead to profit. *European Research on Management and Business Economics*. 26(1): 26-32
- Sanchez I, et al. (2019) Sports Finance: Revenue Sources and Financial Regulations in European Football. In book: Sports (and) Economics (pp.327-366). Spanish Savings Banks Foundation (Funcas)
- Terekli S and Çobanoğlu H. (2018) Developing Economic Values in Football: Example of Turkish Football Federation. *Open Access Library Journal*, 5: 1-14.
- Zhang J J, Kim E, Mastromartino B, Qian T Y, Nauright J. (2018). The sport industry in growing economies: critical issues and challenges. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*.
- Emami A, Emami, F and Afshari M. (2022). The effects of investment development on the economic empowerment of Iran's sports industry. *Quarterly of the Strategic Studies Center of the Ministry of Sports and Youth*, 21(56): 229-254.
- Tayebi Sani S M, Fahiminejad A and Roshan Zamir E. (2021) Identification and analysis of factors affecting the development of professional football in Iran. *Olympic social cultural studies*. 1(2):109-146.
- Hamidpour F, Nadari M H, Esmaili M. (2021). Designing a qualitative model of factors affecting the development of knowledge-based sports companies. *Sports management studies*. 2(14): 53-76.
- Rezaei Sh. (2017). Designing the income generation model of Iranian football clubs: with grounded theory approach. *Applied research in sports management*. 101-116.
- Mohammadi F, Kalate Sifri M, Razavi S M H; Farsijani H. (2019). Designing a qualitative model of the economic development of Iran's sports industry with a world-class production approach, *applied researches in sports management*, 1(29): 69-84.
- Vahidizadeh M. (2018) Compilation of the income generation development model of Iranian sports federations, doctoral thesis, Kharazmi University, Faculty of Physical Education and Sports Sciences.
- Elahi A. (2008), obstacles and solutions to the economic development of the football industry of the Islamic Republic of Iran, PhD thesis, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, University of Tehran.
- Naghdi Y, Kaghazian S, Afsharpi A. (2013). Analysis of economic factors affecting the income of football clubs (selected clubs of the world). *Scientific Quarterly of Development and Planning Economics*, spring and summer 2013, second year, first issue, 21.

Economic and Social Development Model of Iranian Football

Mehran Jafari¹

Mohammadreza Esmailzade Ghandhari^{2*}

Hasan Fahim Davin³

Hossein Peymani Zad⁴

Abstract

Purpose: The current research was carried out with the aim of the socio-economic development model of Iranian football.

Methodology: The research method was applied in terms of its purpose and mixed in terms of its execution method, which was conducted in the field. The football industry of the country (managers of the economic field in football (federation, some heads of delegations and expert experts in the field of sports economics) from this collection to the point where theoretical saturation was achieved regarding the research topic, people were asked to conduct interviews and obtain the necessary information related to The desired topic was chosen in a completely improbable way. According to these materials, the interview started with the purposeful selection of people who were experts and knowledgeable in relation to the research topic (economic development) and during a 3-month process and interviews with 20 Ehsas researchers. Kurd, which reached the point of theoretical saturation. Also, in a small part of the statistical community consisting of all experts in the field of sports marketing, especially football, some officials in the economic and marketing field of football in the federation, sports boards, experts and university professors, members of the media, managing directors of football clubs, Coaches, referees and athletes were selected in order to complete the necessary data. Due to the large number of people in the research community, the available sampling method was used to provide the necessary data to test the model. Based on this, 384 people were selected as samples. The research measurement tool in the qualitative part included semi-structured interviews. In the quantitative stage, a researcher-made questionnaire was used. To obtain the validity of the questionnaire, content validity, construct validity and Cronbach's alpha were used for its reliability. The steps of data analysis in the qualitative section were through open coding, axial coding and selective coding with MAXQDA 2020 software based on the Glazer method. In the quantitative analysis, the structural equation model based on SPSS and PLS software version 23 was used to analyze the inferential data.

Findings: Four factors including policy, economic, club and comparative development factors are effective on the socio-economic development of football; There is a significant difference between them, such that "comparative development component" has the highest rank in the factors affecting the economic development of football from the perspective of the research sample, and "club factors" have the lowest rank.

Conclusion: According to the findings of the research, after compiling the socio-economic development model of Iranian football, it was found that the fit indices of the model had an acceptable and desirable value, and the research model was confirmed.

Key words: Policy Development, Social Economy, Club and Comparative, Football

¹ PhD student, Department of Physical Education, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran.

² Associate Professor, Department of Physical Education, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran (corresponding author).

³ Associate Professor, Department of Physical Education, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran.

⁴ Associate Professor, Department of Physical Education, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran.