



ارائه مدلی از عوامل جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی ایران

لقمان کشاورز^۱، ابوالفضل فراهانی^۲، یگانه موسوی جهرمی^۳، فاتح فرازایانی^{۴*}

تاریخ دریافت: ۹۳/۱/۲۷

تاریخ پذیرش: ۹۳/۷/۲۹

چکیده

هدف: هدف از این پژوهش ارائه مدلی از عوامل جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی ایران بود.

روش‌شناسی: جامعه آماری پژوهش شامل صاحب‌نظران مدیریت ورزشی، اقتصاد، سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و مدیران حوزه ورزش قهرمانی به تعداد نامحدود بود. در بخش کیفی پژوهش ۱۸ نفر به‌طور هدفمند و در بخش کمی بر اساس فرمول کوکران ۱۲۱ تن به‌عنوان نمونه تحقیق برگزیده شدند. برای دستیابی به اهداف پژوهش از پرسشنامه ۷۱ سؤالی محقق ساخته استفاده شد. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه به تأیید ۱۵ نفر از متخصصان رسید و روایی سازه پرسشنامه با تحلیل عاملی تأییدی مورد تأیید قرار گرفت. شاخص‌های پایایی ترکیبی (CR) و آلفای کرونباخ برای تمامی سازه‌ها و کل پرسشنامه بالاتر از ۰/۷ بودند. برای تحلیل داده‌ها در بخش کیفی از روش دلفی در سه مرحله استفاده شد. در بخش کمی نیز از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی از جمله کلموگروف - اسمیرنوف، تحلیل عاملی تأییدی و تحلیل مسیر با کمک دو نرم‌افزار SPSS 16 و Smartpls استفاده شد.

یافته‌ها: در مدل عوامل جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی ایران نه عامل به ترتیب اولویت مدیریتی با بار عاملی (۰/۸۵۵)، ورزشی (۰/۸۲۱)، مالی و اقتصادی (۰/۸۰۴)، بازاریابی (۰/۷۲۱)، رسانه‌ای و تبلیغاتی (۰/۶۵۵)، سیاسی (۰/۶۳۷)، حمایتی و تشویقی (۰/۶۱۵)، فرهنگی و اجتماعی (۰/۵۵۹) و حقوقی و قانونی (۰/۳۵۶) وجود دارند. همچنین مدل به‌دست‌آمده از برازش مطلوب برخوردار بود.

بحث: مدل به کار گرفته‌شده، مدل نظری قوی برای طراحی مدل عوامل جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش کشور است.

واژگان کلیدی: سرمایه‌گذاری، ورزش قهرمانی، بخش خصوصی.

۱. دانشیار گروه مدیریت ورزشی دانشگاه پیام نور

۲. استاد گروه مدیریت ورزشی دانشگاه پیام نور

۳. دانشیار گروه اقتصاد دانشگاه پیام نور

۴. استادیار گروه مدیریت ورزشی دانشگاه پیام نور

* نشانی الکترونیک نویسنده مسئول: farazfateh2002@yahoo.com

مقدمه

به دلیل نقش و اهمیت تربیت بدنی و ورزش در جوامع و تأثیر روزافزون آن در بهبود و ارتقای سطح سلامتی و نشاط عمومی و کسب موفقیت‌های بین‌المللی، جنبش‌ها، سازمان و نهادهای مختلفی به وجود آمده که موجب شکل‌گیری صنعت ورزش شده است. در این صنعت انواع سازمان‌های عمومی و خصوصی به فعالیت مشغول‌اند که برخی ماهیت ورزشی دارند و برخی دیگر بیرون از حوزه ورزش به آن وارد شده‌اند. از سویی دیگر به دلیل جذابیت ورزش و همچنین مشکلات مالی بسیار زیاد از جمله محدودیت منابع مالی دولتی در ورزش، فرآیندی به وجود آمده است که ورزش با سایر حوزه‌ها برای کسب سود دوطرفه و رابطه برد - برد ایجاد کند که یک از این حوزه‌ها اقتصاد می- باشد. به‌طوری‌که ورزش و اقتصاد با یکدیگر در تعامل‌اند و دولت‌ها و شرکت‌های خصوصی با سرمایه‌گذاری در ورزش می‌توانند از منابع بسیار بهره‌مند شوند (احسانی، ۱۳۸۷). سهم ورزش با اقتصاد ملی رابطه‌ای مستقیم داشته و با میزان سرمایه‌گذاری در آن‌که در حال حاضر در ایران در مقایسه با کشورهای توسعه‌یافته اندک است. در کشورهای ایتالیا، انگلستان و آلمان نسبت اقتصاد ورزش به تولید ناخالص داخلی به ترتیب ۲ درصد، ۱٫۷ درصد و ۱٫۴ درصد و برای ایران ۳۸ درصد گزارش شده است (جلالی فراهانی و علیدوست قهفرخی، ۱۳۹۲). از سویی دیگر امروزه به همان نسبت که درآمدهای ملی صرف ورزش می‌شود در بعضی از رشته‌های ورزشی در کوتاه‌مدت و در بعضی از رشته‌های ورزشی دیگر در درازمدت می‌توان میزان برگشت سرمایه را به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم

مشاهده نمود (عسکریان و جعفری، ۱۳۸۵). همچنین به دنبال سرمایه‌گذاری در ورزش میزان اشتغال مستقیم و غیرمستقیم افزایش می‌یابد و در کنار آن امکان جذب درآمد از طریق برگزاری مسابقات بین‌المللی، جذب گردشگران و سطح سلامت و بهداشت جسمی و روانی جامعه افزایش می‌یابد (خسروی زاده و همکاران، ۱۳۹۳).

سرمایه‌گذاری از موضوعات فراگردی است که در آن کالاهای سرمایه‌ای برای تولید کالا و خدمات دیگر به کار می‌رود (طالبی، ۱۳۸۷). سرمایه‌گذاری نقش مهم و کلیدی در رشد و توسعه‌ی اقتصادی ایفا می‌کند. تجربه کشورهای توسعه‌یافته نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری یکی از عوامل اصلی رشد و توسعه اقتصادی آن‌ها بوده است (رهبر و همکاران، ۱۳۸۶). سرمایه‌گذاری در ورزش کشور و اجرای راهکارهای پیش‌بینی‌شده روند مطلوبی در تربیت بدنی و ورزش کشور نداشته و در جهت تولید وسایل و خدمات ورزشی سرمایه‌گذاری قابل‌توجهی انجام نشده است (عسکریان و همکاران، ۱۳۸۴ و احسانی و همکاران، ۱۳۸۷). از سوی دیگر میزان سرمایه‌گذاری دولت در بخش ورزش متناسب با رشد و جمعیت جامعه و متقاضیان ورزش نیست و چنانچه همین روند در آینده ادامه یابد، میزان کمبودها بیشتر آشکار می‌شود (رضوی، ۱۳۸۵). یک‌راه حل برای این مسئله سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در این زمینه هست که از این طریق منابع و امکانات بیشتر در اختیار بخش ورزش قرار می‌گیرد، بهره‌برداری کارآمدتری به عمل می‌آید، کار آیی فعالیت‌ها گسترش پیدا می‌کند، تجهیز منابع مالی افزایش می‌یابد و موجبات ارتقا و کارایی و رشد اقتصادی فراهم می‌شود

(عسکریان و جعفری، ۱۳۸۵). ورزش کشور به دلایلی همچون بی میلی بخش خصوصی به سرمایه گذاری در ورزش های پایه و گرایش بیشتر به سرمایه گذاری در بخش های دیگر، ناکافی بودن منابع مالی و سرمایه گذاری، ناچیز بودن هزینه های ورزشی سبد خانوار و اتلاف منابع مالی به دلیل نبود مدیریت یکپارچه ورزشی با تهدیدهای جدی مواجه است (کارگر و همکاران، ۱۳۹۰).

ورزش قهرمانی یکی از ارکان مهم توسعه ورزش در کشور است. توسعه ورزش قهرمانی در هر کشور پیش زمینه کسب موفقیت در رقابت های جهانی و المپیک است (ایزدی، ۱۳۸۸). مؤلفه های اصلی جهت سنجش ورزش قهرمانی عبارت اند از: تعداد مدال های ورزشی، تعداد ورزشکاران در سطح قهرمانی و تعداد مسابقات بین المللی (طرح جامع ورزش، ۱۳۸۵). در اکثر مدل های سلسله مراتبی ورزش، ورزش قهرمانی در سطح سوم و یا در رأس هرم بخش های چهارگانه ورزش شامل ورزش پرورشی، همگانی، قهرمانی و حرفه ای قرار دارد. برای هر کشوری ترتیب و حفظ این ساختار جهت پیشرفت ورزش دارای اهمیت می باشد، کشورها با حفظ تعادل در این ساختار باید ورزش خود را توسعه دهند، ورزش آموزش و همگانی، به عنوان پشتوانه برای ورزش قهرمانی و حرفه ای به شمار می آیند و از طرفی ورزش قهرمانی می تواند مشوقی برای توسعه زیرساخت های انسانی و انگیزشی ورزش باشد (شیپوری و همکاران^۱، ۲۰۰۹؛ گرین، ۲۰۰۷ و مول و همکاران^۲، ۲۰۰۵). یکی از راه های تأمین

منابع و هزینه برای فعالیت های ورزشی به خصوص ورزش قهرمانی، جذب حامیان مالی مناسب توسط سازمان ها و مسئولان ورزشی هست در این راستا، ایجاد محیطی سالم و مناسب برای سرمایه گذاری صاحبان صنایع و بخش خصوصی در ورزش لازم و ضروری است (اتقیا، ۱۳۸۱). صاحبان سرمایه تمایل به احداث فضاها و ارائه خدمات ورزشی، تولید پوشاک و لوازم ورزشی و برگزاری مسابقات درآمدزا را دارا می باشند، به این دلیل که از اهداف اساسی آن ها، کسب شهرت جهانی در سطح مسابقات، ارائه کیفیت مناسب خدمات و تولیداتشان و از همه هم تر سودآوری حاصل از بازاریابی مناسب است (رضوی، ۱۳۸۳).

امروزه، سازمان های ورزشی دولتی از لحاظ کارآیی عملیاتی و عملکرد مالی در حد کمتر از مطلوب قرار دارند و چندان دلخواه عموم جامعه نیستند؛ از این رو بسیاری از سازمان های ورزشی که کاملاً در مالکیت دولت هستند و به شکل دولتی اداره می شوند با کمبود بودجه مواجه می شوند. مالکیت دولتی بیشتر شرکت های تجاری سبب می شود رقابتی بین آن ها وجود نداشته باشد. از طرفی، اغلب باشگاه های بزرگ نیز دولتی هستند که مانعی در راه درآمدزایی بهینه محسوب می شود. تا هنگامی که دولت به باشگاه ها کمک کند آن ها نیز به سمت درآمدزایی نمی روند. با توجه به اینکه اقتصاد کشور به صورت درون گرا عمل می کند، بیشتر حامیان مالی نیز رغبتی برای سرمایه گذاری مستقیم در صنعت ورزش ندارند و به

1. Shilbury et al.
2. Mull

همین دلیل است که بسیاری از حامیان مالی از دست رفته اند (پاداش و همکاران، ۱۳۸۸). مطابق با اساسنامه فدراسیون های ورزشی آماتوری جمهوری اسلامی ایران، فدراسیون ها، موسسات عمومی غیردولتی هستند، که منابع مالی شان را مطابق ماده ۱۷ این اساس نامه از منابع دوازده گانه تامین می کنند که کمک های مالی وزارت ورزش و جوانان تنها باید بخش کوچکی از این منابع باشد، اما بنا به آمار منابع رسمی قریب ۷۱ درصد منابع مالی فدراسیون های ورزشی از طریق بودجه تخصیصی وزرات ورزش و جوانان تامین می شود (هاشمی، ۱۳۹۴). با این وجود اغلب فدراسیون ها ورزشی به عنوان یکی از متولیان اصلی ورزش قهرمانی به دلیل اتکا به منابع دولتی و عدم توانایی جذب سرمایه گذاران بخش خصوصی با مشکلات مالی فراوان حتی در تامین هزینه سفر و اردوهای تدارکاتی مواجه هستند چه برسد به بحث توسعه ورزش و درآمد زایی. بر این اساس شناسایی عواملی که سرمایه گذاران بخش خصوصی را به سرمایه گذاری در بخش های مختلف ورزش قهرمانی ترغیب کند و کاهش اتکا فدراسیون های ورزشی و نهاد های ورزش قهرمانی به منابع دولتی بشکلی که بتوانند موجبات رشد و تعالی ورزش قهرمانی را فراهم نمایند وحتى در راستای درآمدزایی و اشتغال زایی در این زمینه اقدام نمایند ضروری به نظر می رسد.

پژوهشگران به جنبه مختلف سرمایه گذاری و عوامل و موانع آن در محیط های ورزشی و غیرورزشی پرداخته اند. در این راستا بوچر و

همکاران^۱ (۲۰۰۶) عواملی ۹ گانه را که در توسعه ورزش قهرمانی کشورها تأثیرگذارند در سه دسته شناسایی کردند، دسته اول ورودی است که شامل منابع انسانی و مالی می باشد. دسته دوم پذیرش است که عبارت است از استراتژی ها و سیاست های که توسعه ورزش قهرمانی را تسهیل می کند و مشتمل بر تسهیلات تمرین، مربی، مسابقات و پژوهش های علمی است، دسته سوم خروجی است که نتیجه ورزش قهرمانی است و به وسیله مدال های المپیک و رقابت های ملی و بین المللی، تعداد ورزشکاران در سطح حرفه ای را مشخص می کند. حیدری نژاد (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان بررسی عوامل مؤثر در جذب سرمایه گذاری در ورزش استان خوزستان از دیدگاه مسئولین ادارات تربیت بدنی دریافت که عوامل اجتماعی، شرایط جغرافیایی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و زیرساخت های فنی از عوامل تأثیرگذار بر جذب سرمایه گذاری در ورزش استان خوزستان هستند. نائورایت و رامفورد^۲ (۲۰۱۰) در پژوهشی نشان دادند، تغییر سازمان دهی و گرایش باشگاه ها به فعالیت های مجازی موجب جذب سرمایه گذاران خارجی و بین المللی، بخصوص سرمایه گذاران آمریکایی شده است، هانس و گوئر^۳ (۱۹۹۲) معتقدند که مهم ترین عامل در رونق و جذب سرمایه گذاری در ورزش قهرمانی، افزایش تعداد تماشاگران است. تماشاگران علاوه بر این که با خرید بلیت مسابقات به صورت مستقیم درآمدهایی را برای باشگاه ها و لیگ های حرفه ای کسب می کنند،

1. De Bosscher et al.

2. Nauright & Ramfjord

3. Hansen & Gautheir

به صورت غیرمستقیم سهم عمده‌ای در درآمدزایی از راه جذب حامیان مالی و فروش حق پخش تلویزیونی و خدمات جنبی دارند. در گزارش قره خانی (۱۳۸۹) نبود ضمانت مالی برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، نبود قانون و آیین‌نامه‌های خاص برای ایجاد باشگاه‌های جدید، نبود برنامه‌های حمایتی از بخش خصوصی، نبود تسهیلات بانکی، تعدد مراکز تصمیم‌گیری و نبود تعامل لازم بین سازمان‌های مرتبط، بی‌میلی مردم برای هزینه کردن در امور ورزشی، ضعف تبلیغ و فرهنگ‌سازی مناسب در مطبوعات و صداوسیما از جمله چالش‌ها و موانع ورود بخش خصوصی به صنعت ورزش کشور معرفی شده است. عسکرزاده (۱۳۸۸) در تحقیق خود، شرایط جغرافیایی، اقتصادی و سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، زیرساخت‌های فیزیکی، نیروی انسانی کارآمد و تمایل مردم استان به ورزش‌های تجاری را با جذب سرمایه‌گذاری مرتبط می‌داند. محمودی (۱۳۹۰) نیز در پژوهشی گزارش کرد که مانع اصلی در روند سرمایه‌گذاری در بخش ورزش کشورها عدم رؤیت منافع قابل‌برگشت حاصل از این سرمایه‌گذاری به صورت مستقیم می‌باشد. هولی هان و گرین^۱ (۲۰۰۸) به مقایسه سرمایه‌گذاری در ورزش در کشورهای مختلف پرداختند، به زعم آن‌ها دلیل عمده اغلب کشورهای برای سرمایه‌گذاری بیشتر در ورزش قهرمانی نسبت به بخش‌های دیگر ورزش، حفظ پرستیژ ملی و کسب افتخار از این طریق برای کشورشان می‌باشد. جعفر زاده ایمن آبادی (۱۳۹۳) بر این باور است که باید سعی شود حمایت از ورزش

قهرمانی به بخش خصوصی سوق داده شود تا دولت در حوزه ورزش همگانی تمرکز بیشتری برای فعالیت و سرمایه‌گذاری داشته باشد. حمایت بخش خصوصی از ورزش قهرمانی، مجال سرمایه‌گذاری دولت در ورزش همگانی را نمی‌دهد. خسروی زاده و همکاران (۱۳۹۳) سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش استان مرکزی را با موانع اقتصادی، اطلاعاتی و بازار سرمایه، مدیریتی، حقوقی، اجتماعی و سیاسی مواجه دانستند. محمودی و همکاران (۲۰۱۴) به تحلیل و بررسی استراتژی‌های خصوصی سازی و توسعه ورزش قهرمانی در خراسان رضوی پرداختند، مهم ترین عوامل شناسایی شده در این زمینه شامل، منابع انسانی، تاسیسات ورزشی، عوامل مدیریتی، اقتصادی و منابع مادی بود. شانک و لایبرگر^۲ (۲۰۱۵) به ارائه مدلی بازاریابی ورزشی پرداختند، از جمله عوامل شناسایی شده که مدیران ورزشی برای جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی باید بر روی آن تاکید کنند، تفاوت محیط سرمایه‌گذاری در ورزش و جاذبه‌های متمایز آن با سایر محیط‌های صنعتی و اقتصادی، ورزش به مثابه تابلوی بزرگ تبلیغاتی و زنده است. کرامپتون^۳ (۲۰۱۴) جذب سرمایه‌گذاران و فروش سهام را از عوامل جذب سرمایه بخش خصوصی در تاسیسات مورد نیاز ورزش قهرمانی شناسایی کردند، برنامه ریزی و بهره‌گیری از تکنیک‌های بازاریابی باعث کاهش تردید نسبت به سرمایه‌گذاری در تاسیسات بزرگ ورزشی می‌شود همان گونه که ملاحظه می‌شود، نتایج تحقیق مختلف نشان دهنده وجود موانع و مشکلاتی بر

2. Shank & Lyberger
3. Crompton

1. Houlihan & Green

سر راه سرمایه گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی کشور است با توجه به تفاوت هایی که در دیدگاه ها، اهداف و خواسته های مدیران و مسئولین ورزشی با مدیران شرکت های خصوصی در زمینه ی سرمایه گذاری در صنعت ورزش وجود دارد، مدیران و مسئولین ورزش بایستی اهداف و معیارهای این شرکت ها و کارخانجات خصوصی را شناسایی و با مهیا کردن زمینه ی مساعد، موانع موجود سرمایه گذاری حامیان را برطرف کرده و آنها را در جهت سرمایه گذاری بیشتر در صنعت ورزش کشور سوق دهند.

مطالعه ادبیات پیشینه نشان می دهد محققان بعدهای مختلف سرمایه گذاری و عوامل و موانع آن را به صورت کلی در ورزش مورد بررسی قرار داده اند اما هر یک با رویکردی متفاوت به بررسی عوامل و موانع جذب سرمایه گذاری در ورزش پرداخته اند، خلای تحقیقاتی در بحث شناسایی عوامل جذب سرمایه گذاری در ورزش قهرمانی به صورت ویژه کاملاً مشهود است و دید جامع نسبت به مسئله، در تحقیقات به شکلی که بخش های چهارگانه ورزش و تفاوت های عوامل جذب سرمایه گذاری در آنها را ببیند کمتر مشاهده می شود، از این رو پژوهش حاضر درصدد است با مروری بر ادبیات پیشینه و کسب نظر از کارشناسان و خبرگان در زمینه های مختلف مدیریت ورزشی، مالی و اقتصادی و فنی و سازمانی به این سو که الگوی سرمایه گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی ایران چگونه است؟

روش شناسی پژوهش

پژوهش از نوع توصیفی - تحلیلی بود. جامعه آماری پژوهش شامل صاحب نظران مدیریت

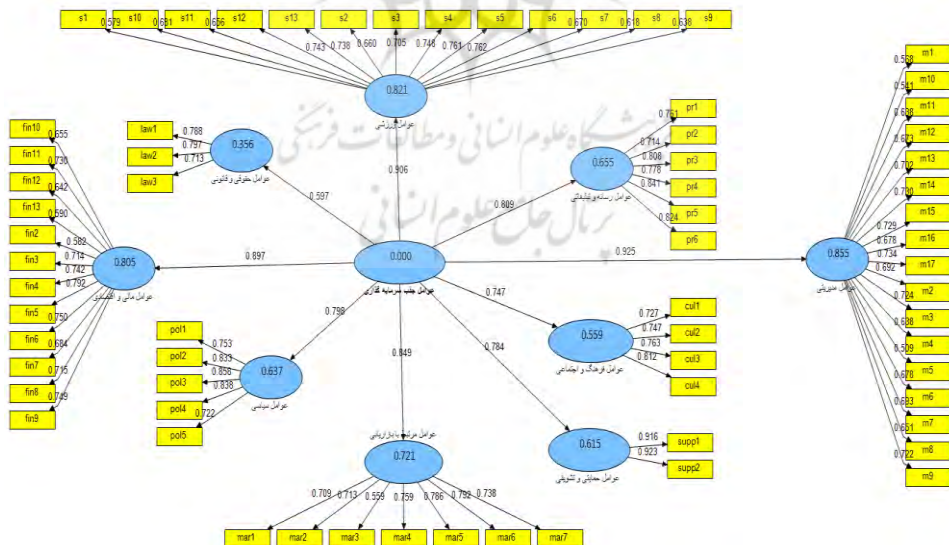
ورزشی، اقتصاد، سرمایه گذاران بخش خصوصی و مدیران حوزه ورزش قهرمانی به تعداد نامحدود بود. در بخش کیفی پژوهش ۱۸ نفر به طور هدفمند و در بخش کمی بر اساس فرمول کوکران ۱۲۱ تن به عنوان نمونه تحقیق برگزیده شدند. برای دست یابی به اهداف پژوهش از پرسشنامه ۷۱ سئوالی محقق ساخته استفاده شده که بر اساس ادبیات پیشینه و نظر خبرگان عوامل آن شناسایی شده بود. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه به تائید ۱۵ نفر از متخصصان رسید و روایی سازه پرسشنامه با تحلیل عاملی تائیدی مورد تائید قرار گرفت. شاخص های پایایی ترکیبی (CR) و آلفای کرون باخ برای تمامی سازه ها و کل پرسشنامه بالاتر از ۰/۷ بودند. برای تحلیل داده ها از در بخش کیفی از روش دلفی در سه مرحله استفاده شد. در بخش کمی نیز از روش های آماری توصیفی و استنباطی از جمله کلموگروف - اسمیرنوف، تحلیل عاملی تائیدی و تحلیل مسیر با کمک دو نرم افزار SPSS 16 و Smartpls استفاده شد. جهت سنجش روایی مدل از روش معادلات ساختاری با روش حداقل مربعات جزئی، تحلیل مسیر و تحلیل عاملی تائیدی بهره گرفته شد. در نهایت الگو، به وسیله فن الگوی سازی معادلات ساختاری مورد آزمون قرار گرفت تا میزان تأثیر و ارتباط هریک از عوامل در جذب سرمایه گذاری در ورزش قهرمانی مشخص شود. روش انجام پژوهش به طور کامل تشریح شود.

یافته‌های پژوهش

جدول ۱. نتایج توصیفی ویژگی‌های جمعیت شناختی

فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد		
سن	۳۰≤	۲۵	۲۰/۷	جنسیت	مرد	۷۱	۵۸/۷
	۳۰ - ۴۰	۶۹	۵۷		زن	۵۰	۴۱/۳
	۴۰≥	۲۷	۲۲/۳		تربیت بدنی	۷۷	۶۳/۶
تحصیلات	کاردانی	۲	۱/۷		حسابداری	۱۲	۹/۹
	کارشناسی	۳۸	۳۱/۴		مجموعه مدیریت	۱۶	۱۳/۲
	کارشناسی ارشد	۵۴	۴۴/۶	رشته	علوم سیاسی	۳	۲/۵
	دکتری	۲۷	۲۲/۳	تحصیلی	حقوق	۲	۱/۲
	اعضای فدراسیون	۴۸	۳۹/۷		زبان انگلیسی	۵	۴/۱
شغل	کارمند وزارت ورزش و جوانان	۳۱	۲۵/۵		هنر	۱	۰/۸
	سرمایه گذار بخش خصوصی	۱۷	۱۴/۰		مجموعه مهندسی	۵	۴/۱
	پژوهشگر حوزه سرمایه گذاری	۲۰	۱۶/۵				
	کارمند آکادمی ملی المپیک	۵	۴/۱	مجموع		۱۲۱	۱۰۰

بررسی نمودارهای تحقیق و نتایج تحلیل مسیر



نمودار ۱. مدل اصلاح شده در حالت تخمین ضرایب استاندارد

نمودار ۱ مدل اصلاح شده تحلیل عاملی تأییدی دومرتبه‌ای را در حالت تخمین ضرایب استاندارد نشان می‌دهد. متغیر عوامل جذب سرمایه‌گذاری برون‌زا و عوامل حقوقی و قانونی، عوامل سیاسی، عوامل مالی و اقتصادی، عوامل حمایتی و تشویقی، عوامل مرتبط با بازاریابی، عوامل فرهنگی و اجتماعی، عوامل مدیریتی، عوامل ورزشی، عوامل تبلیغاتی و رسانه‌ای درون‌زا می‌باشند. در این نمودار اعداد و یا ضرایب به دودسته تقسیم می‌شوند. دسته‌ی اول تحت عنوان معادلات اندازه‌گیری هستند که روابط بین متغیرهای پنهان (بیضی) و متغیرهای آشکار (مستطیل) می‌باشند. این معادلات را اصطلاحاً بارهای عاملی^۱ گویند. دسته‌ی دوم معادلات ساختاری هستند که روابط بین متغیرهای پنهان و پنهان می‌باشند و برای آزمون فرضیات استفاده می‌شوند. به این ضرایب اصطلاحاً ضرایب مسیر^۲ گفته می‌شود. به‌منظور تحلیل ساختار پرسشنامه و کشف عوامل تشکیل‌دهنده هر سازه از بارهای عاملی استفاده شده است. تمامی بارهای عاملی کمتر از ۰/۵ لازم است از مدل کنار گذاشته شده اند و مدل بدون در نظر گرفتن این شاخص‌ها مجدداً اصلاح و برآورد شده است. تمامی شاخص‌ها به‌جز یکی از شاخص‌های عوامل مالی و اقتصادی دارای بار عاملی بیشتر از ۰/۵ می‌باشد. این مدل بدون در نظر گرفتن این شاخص برآورد و مجدداً آزمون شده است.

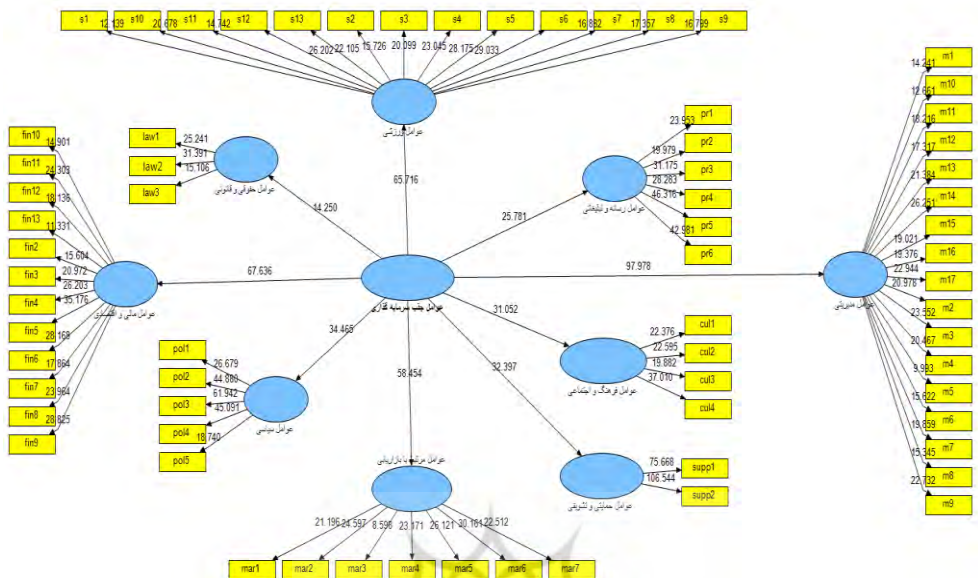
نمودار ۲ مدل تحلیل عاملی تأییدی را در حالت قدر مطلق معناداری ضرایب (t-value) نشان می‌دهد. این مدل درواقع تمامی معادلات اندازه‌گیری و معادلات ساختاری را با استفاده از

آماره t، آزمون می‌کند. بر طبق این مدل، ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار هست اگر مقدار آماره‌ی t از ۱/۹۶ بیشتر باشد.

جدول ۲، شاخص‌های روایی، پایایی را برای تمامی متغیرهای تحقیق نشان می‌دهد. روایی تشخیصی^۳ در تحقیق حاضر نیز مورد استفاده شده است به این معنا که نشانگرهای هر سازه در نهایت تفکیک مناسبی را به لحاظ اندازه‌گیری نسب به سازه‌های دیگر مدل فراهم آورند. به عبارت ساده‌تر هر نشانگر فقط سازه خود را اندازه‌گیری کند و ترکیب آن‌ها به‌گونه‌ای باشد که تمام سازه‌های به‌خوبی از یکدیگر تفکیک شوند. با کمک شاخص میانگین واریانس استخراج‌شده مشخص شد که تمام سازه‌های مورد مطالعه دارای میانگین واریانس استخراج‌شده بالاتر از ۰/۵ هستند. شاخص‌های پایایی ترکیبی (CR) و آلفای کرون باخ جهت بررسی پایایی پرسشنامه استفاده می‌شوند و لازمه تأیید پایایی بالاتر بودن این شاخص‌ها از مقدار ۰/۷ هست. تمامی این ضرایب بالاتر از ۰/۷ می‌باشند و نشان از پایا بودن ابزار اندازه‌گیری می‌باشند.

1. Loading factor
2. Path coefficient

3. Discriminant Validity



نمودار ۲. مدل تحقیق در حالت قدر مطلق معناداری (T-Value)

جدول ۲. شاخص‌های روایی، پایایی

GOF	$\sqrt{R^2}$	$\sqrt{AVE}$	آلفای کرون باخ	R^2	CR	AVE	متغیرهای پنهان
			۰/۷۶۵	۰/۵۵۹	۰/۸۴۸	۰/۵۸۲	عوامل حقوقی و قانونی
			۰/۹۰۳	۰/۸۰۵	۰/۹۱۹	۰/۵۸۷	عوامل سیاسی
			۰/۶۴۹	۰/۳۵۶	۰/۸۱۱	۰/۵۸۸	عوامل مالی و اقتصادی
			۰/۹۲۱	۰/۸۵۵	۰/۹۳۱	۰/۵۴۶	عوامل حمایتی و تشویقی
۰/۶۴۹	۰/۸۱۸	۰/۷۹۴	۰/۸۴۹	۰/۷۲۱	۰/۸۸۵	۰/۵۲۷	عوامل مرتبط با بازاریابی
			۰/۸۶۱	۰/۶۳۷	۰/۹۰۰	۰/۶۴۴	عوامل فرهنگی و اجتماعی
			۰/۸۷۸	۰/۶۵۵	۰/۹۰۸	۰/۶۲۲	عوامل مدیریتی
			۰/۹۰۸	۰/۸۲۱	۰/۹۲۲	۰/۵۷۸	عوامل ورزشی
			۰/۸۱۸	۰/۶۱۵	۰/۹۱۶	۰/۸۴۶	عوامل تبلیغاتی و رسانه‌ای
			۰/۹۷۵	۰/۰۰	۰/۹۷۷	۰/۷۷۸	عوامل جذب سرمایه‌گذاری

شاخص نیکویی برازش مدل (GOF)

این شاخص سازش بین کیفیت مدل ساختاری و مدل اندازه گیری شده را نشان می دهد. مقدار شاخص برازش برابر ۰/۶۴۹ شده است و از مقدار

۰/۴ بزرگ تر شده است و نشان از برازش مناسب مدل دارد. به بیان ساده تر داده های این پژوهش با ساختار عاملی و زیربنای نظری تحقیق برازش مناسبی دارد و این بیانگر همسو بودن سؤالات با سازه های نظری است.

جدول ۳. ضرایب همبستگی و شاخص اعتبار واگرا

متغیرهای پنهان	(۱)	(۲)	(۳)	(۴)	(۵)	(۶)	(۷)	(۸)	(۹)
(۱) عوامل حقوقی و قانونی	۰/۷۶۳								
(۲) عوامل سیاسی	۰/۶۸۳	۰/۷۶۶							
(۳) عوامل مالی و اقتصادی	۰/۳۹۳	۰/۵۰۷	۰/۷۶۷						
(۴) عوامل حمایتی و تشویقی	۰/۶۶۶	۰/۷۴۷	۰/۵۰۷	۰/۷۳۹					
(۵) عوامل مرتبط با بازاریابی	۰/۶۲	۰/۷۳۱	۰/۵۲۱	۰/۷۲۷	۰/۷۲۶				
(۶) عوامل فرهنگی و اجتماعی	۰/۴۹۹	۰/۷۱۴	۰/۵۱۸	۰/۷۲۷	۰/۶۴۵	۰/۸۰۳			
(۷) عوامل مدیریتی	۰/۵۵۱	۰/۶۴۶	۰/۴۵۶	۰/۶۷۶	۰/۵۷۵	۰/۵۹	۰/۷۸۹		
(۸) عوامل ورزشی	۰/۶۶۶	۰/۷۵۲	۰/۴۸۴	۰/۷۱۷	۰/۷۰۸	۰/۶۴۲	۰/۷۱	۰/۷۶	
(۹) عوامل تبلیغاتی و رسانه ای	۰/۵۴۳	۰/۶۸۱	۰/۴۹	۰/۶۶۴	۰/۶۷۴	۰/۵۹۴	۰/۶۷۳	۰/۷۰۸	۰/۷۶۳

جدول ۳، به بررسی ضرایب همبستگی و روایی واگرا می پردازد. ستون آخر این جدول ریشه دوم میانگین واریانس تبیین شده (AVE) را نشان می دهد. لازمه تأیید روایی واگرا بیشتر بودن مقدار ریشه دوم میانگین واریانس تبیین شده از تمامی ضرایب همبستگی متغیر مربوطه با باقی متغیرها است. به عنوان مثال ریشه دوم میانگین واریانس تبیین شده برای متغیر عوامل حقوقی و قانونی (۰/۷۶۳) شده است که از مقدار همبستگی این متغیر با سایر متغیرها بیشتر

است. همان طور که در جدول مشخص است، مقدار ریشه دوم شاخص میانگین واریانس تبیین شده، برای تمامی متغیرها، از همبستگی آن متغیر با سایر متغیرها می باشد. پایین قطر اصلی ضرایب همبستگی پیرسون نشان داده شده اند. ضریب مثبت نشان دهنده رابطه ی مثبت و مستقیم و ضریب منفی نشان دهنده رابطه منفی و معکوس بین دو متغیر هست. تمامی ضرایب در سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ معنی دار می باشد.

بحث و نتیجه گیری

هدف از این پژوهش ارایه مدلی از عوامل جذب سرمایه گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی ایران بود. یافته های پژوهش حاکی از این بود که داده های این پژوهش با ساختار عاملی و زیربنای نظری تحقیق در مدل تدوین شده برازش (۰/۶۴۹) مناسبی دارد و این بیانگر همسو بودن سوالات با سازه های نظری تحقیق است. به عبارتی مدل به کار گرفته شده، مدل نظری قوی برای طراحی مدل عوامل جذب سرمایه گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی کشور است، در این مدل این عوامل در ماتریس اهمیت عملکرد جانمایی گردیدند و به ترتیب بارهای عاملی یا توانایی تبیین متغیر جذب سرمایه گذاری بخش خصوصی در نه دسته شامل عوامل مدیریتی، عوامل ورزشی، عوامل مالی و اقتصادی، عوامل مرتبط با بازاریابی، عوامل رسانه ای و تبلیغاتی، عوامل سیاسی، عوامل حمایتی و تشویقی، عوامل فرهنگی و اجتماعی و عوامل حقوقی و قانونی تقسیم شدند. همگی روابط مستقیم بین متغیرهای مدل، معنادار بوده اند. یافته های تحقیق با نتایج تحقیقات (قره خانی، ۱۳۸۹؛ خسروی زاده و همکاران، ۱۳۹۳؛ جلالی فراهانی و عیلی دوست قهفرخی، ۱۳۸۹ و محمودی و همکاران، ۲۰۱۴) که به دسته بندی عوامل تاثیرگذار بر سرمایه گذاری ورزشی به عوامل مدیریتی، قانونی، سیاسی و فرهنگی اجتماعی و... پرداخته بودند و همچنین (کریم نیا، ۱۳۹۲ و بوجرو همکاران، ۲۰۰۶) مبنی بر امنیت ضعیف و ریسک بالای سرمایه گذاری و سودآوری سرمایه گذاری ورزشی و (هانس و گوتیر، ۱۹۹۲؛ نارویت و رامفور، ۲۰۱۰ و هولی هان و گرین، ۲۰۰۸) مبنی بر تاثیر عوامل

فرهنگی و تبلیغاتی مانند کسب افتخار ملی و گرایش به سمت فعالیت های مجازی همخوانی دارد. در نهایت با به کار بردن این عوامل و اجرایی کردن آن ها در سازمان ها مربوطه می توان سرمایه گذاری بخش خصوصی در ورزش کشور را بهبود بخشید و به جذب منابع سرمایه در ورزش قهرمانی کشور پرداخت. مدل طراحی شده که با بهره گیری از نظر متخصصین و صاحب نظران بدست آمده و در بین نمونه آماری آزمون شده است می تواند به عنوان الگویی جامع برای مسئولین ورزش قهرمانی کشور عمل کرده و در صورت اجرا کردن عوامل و برطرف کردن موانع به جذب هر چه بیشتر سرمایه بخش خصوصی در ورزش قهرمانی کشور بینجامد. تفکیک عوامل، انسجام آنها، جامع بودن و نیز اولویت بندی آنها می تواند به عنوان برنامه ای برای مدیران ورزش قهرمانی در نظر گرفته شود و راهکارهایی را برای ترغیب سرمایه گذاران بخش خصوصی در ورزش قهرمانی ارائه دهد. از سوی دیگر چند بعدی بودن عوامل مشخص شده در مدل مسیر های های مختلفی را بر روی سرمایه گذاران بخش خصوصی می گشاید و به عبارتی هر یک از عوامل شناسایی شده در صورت اجرا یا برطرف کردن موانع، مسیر را برای سرمایه گذاران بخش خصوصی هموارتر خواهد کرد.

طبق یافته های تحقیق ۱۷ عامل در مؤلفه عوامل مدیریتی جذب سرمایه گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی مانند، ایده پردازی و خلاقیت مدیر، ثبات مدیریتی، برنامه ریزی راهبردی و... تاثیر گذارند. این نتایج با یافته های تحقیقات (خسروی زاده و همکاران، ۱۳۹۳ و مرادی چالشتی، ۱۳۹۰؛ کارگر و همکاران، ۱۳۹۰) مبنی بر عدم ثبات مدیریتی،

یافته‌های تحقیقات، (سازمان تربیت‌بدنی، ۱۳۸۲؛ قره‌خانی ۱۳۸۹ و هانس و گوتیر، ۱۹۹۲) مبنی بر افزایش تعداد تماشاگران، ارائه خدمات به تماشاگران، و کیفیت مسابقات ورزش همخوانی دارد، یکی از عواملی که در این پژوهش توجه ویژه به آن شد بحث عوامل ورزشی بود اغلب تحقیقات پیشین متأثر از تحقیقات مرتبط با عوامل جذب سرمایه‌گذاری در صنایع غیرورزشی انجام‌گرفته و الگوبرداری شده بودند در این پژوهش به‌صورت تخصصی به شناسایی عوامل ورزشی جذب سرمایه‌گذاری در ورزش قهرمانی پرداخته شد. از نظر کارشناسان توجه به این عوامل تأثیر مستقیم بر روی جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی دارد، قرار گرفتن این دسته عوامل در اولویت دوم بعد از عوامل مدیریتی لزوم توجه هرچه بیشتر مسئولین برای اتخاذ این عوامل و برطرف کردن موانع آن را می‌طلبد، در تحقیقات پیشین توجه به عوامل غیرورزشی تحقیق را از این دسته عوامل غافل نموده، از این‌رو، به نظر می‌رسد بتوان با اتخاذ راهکارهایی مناسب در این حوزه و اتخاذ تصمیمات لازم مشارکت سرمایه‌گذاران در ورزش قهرمانی هموارتر نمود. سرمایه‌گذاری بخش خصوصی بر روی استعداد های ورزشی (بینس^{۱۲}، ۲۰۰۹) و موجب برقراری یک رابطه برد - برد بین سرمایه‌گذار بخش خصوصی و ورزشکار و نیز باعث ارتقای ورزشی قهرمانی در کشور می‌شود، کمیته ملی المپیک آمریکا و فدراسیون های ورزشی با این رویکرد و اجرای آن در صدر ورزش قهرمانی جهان قرار گرفته‌اند. محبوبیت ورزشکاران و داشتن مربیان

نبود ساز و کار مناسب برای جذب سرمایه گذاری، (جلالی‌فراهانی، علیدوست قهفرخی، ۱۳۹۲؛ قره‌خانی، ۱۳۸۹ و محمودی و همکاران، ۲۰۱۴) مبنی بر تعدد مراکز تصمیم‌گیری مدیریتی همخوانی دارد، به نظر می‌رسد عوامل مدیریتی از نظر متخصصان یکی از مهم‌ترین عوامل در جذب سرمایه‌گذار بخش خصوصی در ورزشی قهرمانی کشور است، ایجاد زمینه لازم و به عبارتی عدم وجود این عوامل در ساختار ورزش قهرمانی کشور از مشکلاتی است که ورزش قهرمانی از آن رنج می‌برد. با ایجاد سیستم یکپارچه مدیریتی، ایجاد ثبات مدیریتی در فدراسیون های ورزشی می‌توان بر بسیاری از عوامل دیگر تأثیرگذار در سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی ازجمله عوامل مالی و اقتصادی، عوامل تبلیغاتی و بازاریابی و حقوقی و قانونی تأثیرگذار بود. عدم ثبات مدیریتی بر تصمیم‌گیری مدیران ورزشی جهت انعقاد قرارداد با بخش خصوصی که به توسعه ورزش قهرمانی می‌انجامد تأثیر سوء دارد. در فدراسیون های ورزشی قرارداد های بخش خصوصی پس از پایان دوره مدیریت به نوعی فسخ شده تلقی میشوند (هاشمی، ۱۳۹۴) با این شرایط سرمایه‌گذاران بخش خصوصی رغبتی به سرمایه‌گذاری در این محیط بی ثبات و ناامن ندارند. زمینه ایجاد این عوامل و برطرف کردن موانع موجود می‌تواند تأثیر بسزایی در جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی داشته باشد.

مطابق نتایج تحقیق ۱۴ عامل در مؤلفه عوامل ورزشی جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی مانند، تعداد تماشاگران ورزشی، تقویت ورزش بانوان و وجود مربیان سطح بالا... تأثیرگذارند. این نتایج با

قهرمانی می شود. تقویت ورزش بانوان و ایجاد زیرساخت های لازم برای حضور زنان به عنوان نیمی از جمعیت جامعه در ورزشگاه ها باعث رونق بلیط فروشی و تقویت حق پخش تلویزیونی خواهد شد.

مؤلفه عوامل مالی و اقتصادی دارای ۱۳ عامل مانند، انتظار سود حاصل از سرمایه گذاری، تغییرات نرخ ارز، حجم نقدینگی، درآمد دائمی و ... در جذب سرمایه گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی تأثیرگذارند، نتایج تحقیق با یافته های (آزمان و همکاران^۲، ۲۰۱۰؛ محمودی، ۱۳۹۰؛ قره خانی، ۱۳۸۹، هاشمی، ۱۳۹۴ و کرامپتون، ۲۰۱۴) مبنی بر نبود ضمانت مالی، فروش سهام و نبود منافع مالی قابل رویت همخوانی دارد، دارنده سرمایه هنگام تصمیم گیری برای سرمایه گذاری به دو موضوع اطمینان از سودآوری و اطمینان از عدم تعرض به سرمایه اش نیاز دارد (رهبر، ۱۳۸۶) در صورتی که سیاست گذاری های اقتصادی در راستای ایجاد فضای باز و مبتنی بر آزادسازی اقتصادی به منظور دستیابی به بازارهای جدید و سرمایه گذاران جدید سرمایه های خارجی و فناوری نوین اقتصادی تعریف شود و اقداماتی در راستای افزایش ثبات اقتصادی صورت پذیرد، ریسک سرمایه گذاری کاهش خواهد یافت و به تبع آن، جریان سرمایه گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی 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.

بر طبق یافته های تحقیق در مؤلفه عوامل مرتبط با بازاریابی ۸ عامل مانند حق کپی رایت، حق برند، ایجاد تصویر و افزایش آگاهی در بازار هدف، ایجاد نظام مدیریت بازاریابی ورزشی و در مؤلفه عوامل رسانه ای و تبلیغاتی ۶ عامل مانند نظام مند کردن تبلیغات در ورزش قهرمانی، پرداخت حق پخش تلویزیونی، انحصار تبلیغات، استفاده از فناوری ها تبلیغاتی و ... در جذب سرمایه گذاری بخش خصوصی تأثیرگذارند نتایج تحقیق با یافته های (خسروی زاده و همکاران، ۱۳۹۳؛ شانک و لایبرگر، ۲۰۱۵؛ نائورایت و رامفورد، ۲۰۱۰ و هانس و گوتیر، ۱۹۹۲) مبنی بر توسعه فعالیت های مجازی تبلیغاتی، افزایش حق پخش تلویزیونی، و پرورش کارشناسان بازاریابی ورزشی همخوانی دارد، در عصر امروز توجه به تبلیغات و استفاده از تکنیک های نوین بازاریابی و فراهم ساختن زیرساخت های بازاریابی در صنایع مختلف از جمله صنعت ورزش از عوامل تأثیرگذار در جذب سرمایه گذاری بخش خصوصی و بهره گیری از حامیان مالی در ورزش قهرمانی هست، ضعف های موجود در این حوزه در ساختار ورزش قهرمانی کشور و نبود الزامات اجرایی در زمینه هایی مانند حق بخش تلویزیونی، حق کپی رایت، حق برند و ضعف شدید نظام بازاریابی در ورزش قهرمانی لزوم زمینه سازی و برنامه ریزی برای رفع موانع موجود در این زمینه را برای مسئولین تبیین می کند.

2. Azman et al.

در مؤلفه عوامل سیاسی ۵ عامل شامل امنیت محیط سرمایه‌گذاری، سیاست‌گذاری‌های ورزشی، توجه ویژه دولت و مجلس به سرمایه‌گذاری ورزشی، امنیت محیط سرمایه‌گذاری و در مؤلفه عوامل حقوقی و قانونی ۳ عامل شامل تدوین قوانین الزام‌آور و روزآمد برای سرمایه‌گذاری در ورزش قهرمانی، حذف بروکراسی اداری و کاهش تصدی‌گری دولتی به‌عنوان عوامل جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی کشور شناسایی شدند. این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های (بوچر و همکاران ۲۰۰۶؛ قره خانی ۱۳۸۹؛ جعفر زاده ایمن آبادی ۱۳۹۳؛ قهفرخی، ۱۳۹۲؛ پاداش و همکاران، ۱۳۸۸؛ هاشمی، ۱۳۹۴) مبین بر کاهش تصدی‌گری دولتی در ورزش قهرمانی، امنیت محیط سرمایه‌گذاری و ثبات سیاسی همخوانی دارد.

در ایران بیشتر فعالیت‌ها در حوزه ورزش قهرمانی در سطح کلان در اختیار دولت است و ورود بخش خصوصی در این زمینه هنوز در ابتدای راه خود است، بدیهی است حذف قوانین دست و پاگیر، حذف بروکراسی پیچیده اداری، ایجاد امنیت در محیط سرمایه‌گذاری به ترغیب بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در ورزش قهرمانی می‌انجامد و می‌تواند هزینه‌های گزاف دولت در این زمینه را کاهش دهد. با وجود غیر دولتی بودن فدراسیون‌های ورزشی به عنوان یکی از متولیان اصلی ورزش قهرانی هنوز ۷۱ درصد بودجه فدراسیون‌ها توسط دولت تامین می‌شود (هاشمی، ۱۳۹۴).

در مؤلفه عوامل فرهنگی و اجتماعی ۴ عامل شامل تعهد هواداران به مصرف کالاهای شرکت سرمایه‌کار، اقبال عمومی از ورزش قهرمانی، کسب افتخار ملی، فرهنگ‌سازی جهت تمایل بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در ورزش قهرمانی شناسایی شدند این یافته‌ها با نتایج تحقیقات (بوچر و همکاران، ۲۰۰۶؛ عسکر زاده، ۱۳۸۸؛ جعفر زاده ایمن آبادی، ۱۳۹۳؛ کارگر و همکاران ۱۳۹۰؛ حیدری نژاد، ۱۳۸۸ و هولی گان و گرین، ۲۰۰۸) مبنی بر کسب افتخار و پرستیژ ملی در ورزش قهرمانی و فرهنگ‌سازی در راستای سرمایه‌گذاری هواداران همخوانی دارد. به لحاظ فرهنگی، پی نبردن جامعه به مفهوم سرمایه‌به‌عنوان عامل حرکت‌دهنده اقتصاد می‌تواند به نفی مفهوم سرمایه‌گذاری منجر شود و دفاع از سرمایه‌گذاری با مقاومت مواجه خواهد شد. اگر موضوعاتی همچون سرمایه‌گذاری‌های مولد در افکار جامعه از نظر مزایا و نتایج آن‌ها به‌عنوان ارزش بیان شود و رابطه پیوسته و نزدیک میان توسعه و نظام اقتصادی و همچنین سرمایه‌گذاری در نظام فکری افراد و جامعه وجود داشته باشد، فضای فرهنگی جامعه برای سرمایه‌گذاری مساعد شده، موجب اعتمادبه‌نفس سرمایه‌گذاران و مدیران خواهد شد (رهبر، ۱۳۸۶). از این‌رو، باوجود زمان‌بر بودن کارهای فرهنگی، به نظر می‌رسد بتوان با اتخاذ راه‌کارهایی مناسب و طی برنامه‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت به ارتقای فرهنگ سرمایه‌گذاری و مشارکت بخش خصوصی در حوزه ورزش قهرمانی کمک نمود.

منابع

- احسانی، محمد؛ محمدی، زینب و اقبالی، مسعود. (۱۳۸۷). بررسی علل عدم حمایت اسپانسرها از ورزش حرفه‌ای بانوان شهر اصفهان. علوم حرکتی و ورزش؛ شماره ۱۲، صص ۱۱۱-۱۲۰.
- آراستی، زهرا. (۱۳۸۹). ارائه الگویی از عوامل تأثیرگذار در موفقیت طرح‌های سرمایه‌گذاری کارآفرینان متقاضی تسهیلات بانکی. پژوهش‌نامه اقتصادی؛ ویژه‌نامه بازار سرمایه، شماره ۷، صص ۷۳-۹۱.
- پاداش، دنیا؛ سلطان حسینی، محمد؛ خبری، محمد؛ فتحی، سعید. (۱۳۸۸). تعیین و اولویت بندی عوامل مدیریتی و اجرایی مؤثر بر خصوصی سازی باشگاه های ورزشی. همایش بین المللی علم و فوتبال، آکادمی ملی فوتبال، تهران.
- حیدری نژاد، صدیقه. (۱۳۸۸). بررسی عوامل مؤثر در جذب سرمایه‌گذاری در ورزش استان خوزستان از دیدگاه مسئولین ادارات تربیت‌بدنی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه شهید چمران اهواز.
- خسروی زاده، اسفندیار؛ بهرامی، علیرضا؛ حقدادی، عابد. (۱۳۹۳). موانع سرمایه‌گذاری و مشارکت بخش خصوصی در ورزش استان مرکزی. مطالعات مدیریت ورزشی؛ شماره ۲۴، صص ۲۲۲-۲۰۷.
- جلالی فراهانی، مجید؛ علیدوست قهفرخی، ابراهیم. (۱۳۹۲). تحلیل موانع اقتصادی مؤثر بر اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی در ورزش حرفه‌ای ایران. مطالعات مدیریت ورزشی؛ دوره ۵، شماره ۱۹، صص ۱۲۸-۱۰۹.
- چنگ، جوهر. (۱۳۸۴). ورزش همگانی آرمان یا واقعیت.
<http://www.hamshahrionline.ir/hamnews/1384/840205/world/sporw.htm>
- جعفر زاده ایمن آبادی، غلامعلی. (۱۳۹۳). حمایت بخش خصوصی از ورزش قهرمانی، مجال سرمایه گذاری دولت در ورزش همگانی را نمی دهد. <http://www.shahedeshomal.ir>
- رضوی، سید محمدحسین. (۱۳۸۴). افزایش کار آیی با سیاست خصوصی‌سازی در ورزش. حرکت؛ شماره ۲۳، صص ۲۲-۵.
- رضوی، سید محمدحسین. (۱۳۸۵). خصوصی‌سازی، تمرکززدایی و انتقال وظایف ورزش قهرمانی به کمیته ملی المپیک، المپیک؛ شماره ۳۳، صص ۶۵-۷.
- رهبر، فرهاد. (۱۳۸۶). موانع سرمایه‌گذاری و تأثیر آن بر رشد اقتصادی ایران. مجله تحقیقات اقتصادی. ۸۱ شماره، صص ۱۱۱-۱۳۸.
- طالبی حمیدرضا. (۱۳۸۷). تجزیه و تحلیل تأثیر متغیرهای اسمی و واقعی بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ایران. پایان‌نامه کلانتری، خلیل (۱۳۸۸)، مدلسازی معادلات ساختاری در تحقیقات اجتماعی- اقتصادی، تهران: انتشارات فرهنگ
- قره خانی، حسن. (۱۳۸۹). بررسی چالش‌ها و موانع توسعه خصوصی‌سازی باشگاه‌های فوتبال ایران. رساله دکتری. دانشگاه تربیت مدرس.
- عسکریان، فریبا؛ فرجی دانا، احمد؛ گودرزی، محمود؛ جعفری، افشار. (۱۳۸۴). بررسی وضعیت اقتصادی صنعت ورزش ایران در سال‌های ۱۳۷۷ و ۱۳۸۰. نشریه حرکت؛ شماره ۲۴، صص ۴۴-۲۵.
- عسکریان، فریبا؛ جعفری، افشار. (۱۳۸۵). بررسی میزان سرمایه‌گذاری‌های ورزشی بخش عمومی و خصوصی ایران در سال‌های ۱۳۷۷ - ۱۳۸۰. حرکت؛ شماره ۲۴، صص ۴۳-۲۵.

- مرادی چالستری، جواد؛ مرادی، محمدرضا؛ نوروزیان، قهفرخی، سهیلا؛ جعفری، اکرم. (۱۳۹۲). بررسی موانع اقتصادی اثرگذار بر جذب سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت فوتبال جمهوری اسلامی ایران. مدیریت ورزشی؛ شماره ۱۷، صص ۱۲۹ - ۱۴۷.
- کارگر، غلامعلی؛ ظریفی، مجتبی؛ علیزاده، نور اله. (۱۳۹۰). مشارکت بخش خصوصی در توسعه باشگاه‌ها و تفریحات ورزشی با تأکید بر اشتغال‌زایی، همایش ملی تفریحات ورزشی: تفریح سالم - شهر سالم اقتصاد تهران، ص ۱۳.
- Azman-Saini, W. N. W., Baharumshah, A. Z., & Law, S. H. (2010). Foreign direct investment, economic freedom and economic growth: International evidence. *Economic Modelling*, 27(5): 1079-1089.
- Binns, J. T. (2009). *The use of performance based funding in a sport organization: a case study of the United States Olympic Committee*. University Of Northern Colorado Greeley.
- Chin, W. W., & Newsted, P. R. (1999). Structural equation modeling analysis with small samples using PLS, in Rick Hoyle (ed), *Statistical strategies for small samples research*, Sage Publications. 307-341
- Crompton, J. L. (2014). Proximate development: an alternate justification for public investment in major sport facilities? *Managing Leisure*, 19(4): 263-282.
- De Bosscher, V., De Knop, P., Van Bottenburg, M., & Shibli, S. (2006). A conceptual framework for analysing sports policy factors leading to international sporting success. *European sport management quarterly*, 6(2): 185-215.
- Duchessi, P. O'Keefe, R. M. (1995). Understanding Expert Systems Success and Failure: Expert System with Application, 9 (2): 123-13
- Hansen, H. Gauthier, R. (1992). Factors affecting attendance at professional sporting events, *Journal of sport management*, 3(1): 15-32.
- Houlihan, B., Green, M. (2008). *Comparative Elite Sport Development: Systems, Structures and Public Policy*. Elsevier/Butterworth-Heinemann.
- Huda, H. Al-Khaja (2001). Investors opinions about sports marketing in Bahrain", *The Sport J.* 4(4), www.The sport journal.Org/ 2001 journal. 4 (4).
- Green, M. (2007). Olympic glory or grassroots development?. Sport policy priorities in Australia, Canada and the United Kingdom, 1960-2006. *The international journal of the history of sport*, 24(7): 921-953.
- Keshock, Christopher. M. (2014). The effect of economic impact information on the attitudes of potential sports sponsors operating in mid-size and small college communities, unpublished doctoral degree dissertation, department of sport Management, Recreation Management and Physical Education, Florida State University.
- Mull Richard, F. Kathryn, G. Bayless, Craig M. Ross, Lynn M. Jamieson. (2005). *Recreational Sport management*, Human Kinetics, 4th edition, 123.
- Mahmoudi, A., Honari, H., Soltani, M., & Sobhan, M. (2014). Investigation and prioritization of strategies for championship sport development in Khorasan Razavi province based on multiple criteria decision-making model of TOPSIS. *International Journal of Sport Studies*, 4(12): 1496-1504.
- 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.

- Pitts, B. G., Stotlar, D.K. (2002). Fundamental sport marketing (2dend). Moragantown, WV: Fitness Information Technology.
- Thomas, B. J. (2009). The use of performance based funding in a sport organization: A case study of the United States Olympic Committee. Dissertation University of Northern Colorado.
- Thwaites, D., Aguilar –Manjar Rez, R., Kidd, C. (1998). Sports sponsorship Development in leading Canadian companies: issues and trends. International Journal of Advertising, 17(1): 29-49.
- Shank, M. D., & Lyberger, M. R. (2014). *Sports marketing: A strategic perspective*. Routledge.
- Shilbury, D., Sotiriadou, K. P., & Green, B. C. (2008). Sport development. Systems, policies and pathways: An introduction to the special issue. *Sport Management Review*, 11(3): 217-223.
- Young H. Park. (2007). A Study of R&D Investment Framework and Success Factors. The Asian journal on quality, 9(1): 103.114.





A Model of Attracting Factors of Private Sector Investment in Iran's championship sport

Loqman Keshavarz¹, Abolfazl Farahani², Yeganeh Moosavi Jahromi³,
Fateh Faraziani^{4*}

Received: Apr 16, 2014

Accepted: Oct 21, 2014

Abstract

Objective: The aim of this study was to provide a model of attracting factors of private sector investment in Iran's championship sport.

Methodology: The study population consisted of the whole experts in sports management, economics, private sector investors and managers of championship sport. In the qualitative phase, 18 individuals were selected purposefully and in quantitative phase, a sample of 121 people was chosen based on Cochran's formula. The instrument was a 71-item structured questionnaire. Face and content validity of the questionnaire was confirmed by 15 experts as well as the construct validity was confirmed by confirmatory factor analysis. Magnitude of combined reliability testing and Cronbach's alpha was over 0.70 for all constructs. To analyze the data in the quality phase, Delphi method was applied in three stages. In quantitative phase, descriptive and inferential statistical methods such as Kolmogorov-Smirnov, confirmatory factor analysis, path analysis were applied with SPSS16 software and SmartPLS.

Results: The results showed that the attracting factors of private sector investment were prioritized as follows: management (0.855), sport (0.821), financial and economical (0.804), marketing (0.721), media and advertising (0.655), political (0.637), support and encouragement (0.615), cultural and social (0.559) and legal (0.356) are available. The model covered a good fitness.

Conclusion: The model was an appropriate one to attract private sector investor.

Keywords: Investment, Championship Sport, Private Sector

1. Associate professor of department of sport management, Payamenoor university

2. Professor of department of sport management, Payamenoor university

3. Associate professor of department of Economics, Payamenoor university

4. Instructor of department of sport management, Payamenoor university

*Email: farazfateh2002@yahoo.com