



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

لقمان کشاورز<sup>۱</sup>، ابوالفضل فراهانی<sup>۲</sup>، یگانه موسوی جهرمی<sup>۳</sup>، فاتح فرازبانی<sup>۴\*</sup>

تاریخ پذیرش: ۹۳/۷/۲۹

تاریخ دریافت: ۹۳/۱/۲۷

### 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 تربیت‌بدنی 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 می‌باشد. 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 آن که 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 صدم 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 تربیت‌بدنی و ورزش کشور نداشته و در جهت تولید وسایل و خدمات ورزشی سرمایه‌گذاری قابل توجهی 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

منابع و هزینه برای فعالیت‌های ورزشی به‌خصوص ورزش قهرمانی، جذب حامیان مالی مناسب توسط سازمان‌ها و مسئولان ورزشی هست در این راستا، ایجاد محیطی سالم و مناسب برای سرمایه‌گذاری صاحبان صنایع و بخش خصوصی در ورزش لازم و ضروری است (اتقیاء، ۱۳۸۱). صاحبان سرمایه تمایل به احداث فضاها و ارائه خدمات ورزشی، تولید پوشاک و لوازم ورزشی و برگزاری مسابقات درآمدزا را دارا می‌باشند، به این دلیل که از اهداف اساسی آن‌ها، 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، سازمان‌های ورزشی دولتی از لحاظ کارایی عملیاتی و عملکرد مالی در حد کمتر از مطلوب قرار دارند و چندان دلخواه عموم جامعه نیستند؛ از این رو بسیاری از سازمان‌های ورزشی که کاملاً در مالکیت دولت هستند و به شکل دولتی اداره می‌شوند با کمبود بودجه مواجه می‌شوند. مالکیت دولتی بیشتر شرکت‌های تجاری سبب می‌شود رقابتی بین آن‌ها وجود نداشته باشد. از طرفی، اغلب باشگاه‌های بزرگ نیز دولتی هستند که مانعی در راه درآمدزایی بهینه محسوب می‌شود. تا هنگامی که دولت به باشگاه‌ها کمک کند آن‌ها نیز به سمت درآمدزایی نمی‌روند. با توجه به اینکه اقتصاد کشور به صورت درون‌گرا عمل می‌کند، بیشتر حامیان مالی نیز رغبتی برای سرمایه‌گذاری مستقیم در صنعت ورزش ندارند و به

(عسکریان و جعفری، ۱۳۸۵). ورزش کشور به دلایلی همچون بی‌میلی بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در ورزش‌های پایه و گرایش بیشتر به سرمایه‌گذاری در بخش‌های دیگر، ناکافی بودن منابع مالی و سرمایه‌گذاری، ناچیز بودن هزینه‌های ورزشی سبد خانوار و ائتلاف 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 پیش‌زمینه کسب موفقیت در رقابت‌های جهانی و المپیک است (ایزدی، ۱۳۸۸). مؤلفه‌های اصلی جهت سنجش ورزش قهرمانی عبارت‌اند از: تعداد مدال‌های ورزشی، تعداد ورزشکاران در سطح قهرمانی و تعداد مسابقات بین‌المللی (طرح جامع ورزش، ۱۳۸۵). در اکثر مدل‌های سلسله‌مراتبی ورزش، ورزش قهرمانی در سطح سوم و یا در رأس هرم بخش‌های چهارگانه ورزش شامل ورزش پرورشی، همگانی، قهرمانی و حرفه‌ای قرار دارد. برای هر کشوری ترتیب و حفظ این ساختار جهت پیشرفت ورزش دارای اهمیت می‌باشد، کشورها با حفظ تعادل در این ساختار باید ورزش خود را توسعه دهند، ورزش آموزش و همگانی، به‌عنوان پشتوانه برای ورزش قهرمانی و حرفه‌ای به شمار می‌آیند و از طرفی ورزش قهرمانی می‌تواند مشوقی برای توسعه زیرساخت‌های انسانی و انگیزشی ورزش باشد (شیبوری و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹؛ گرین، ۲۰۰۷ و مول و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۰۵). یکی از راه‌های تأمین

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 مالیشان 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 وزارت 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<sup>۱</sup> (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. نائروایت و رامفورد<sup>۲</sup> (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 گوتیر<sup>۳</sup> (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 & Gauthier

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<sup>۱</sup> (۲۰۰۸) به مقایسه سرمایه‌گذاری در ورزش در کشورهای مختلف پرداختند، به‌زعم 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<sup>۲</sup> (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<sup>۳</sup> (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

س راه سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی کشور است با توجه به تفاوت‌هایی که در دیدگاه‌ها، اهداف و خواسته‌های مدیران و مسئولین ورزشی با مدیران شرکت‌های خصوصی در زمینه‌ی سرمایه‌گذاری در صنعت ورزش وجود دارد، مدیران و مسئولین ورزش بایستی اهداف و معیارهای این شرکت‌ها و کارخانجات خصوصی را شناسایی و با مهیا کردن زمینه‌ی مساعد، موانع موجود سرمایه‌گذاری حامیان را برطرف کرده و آنها را در جهت سرمایه‌گذاری بیشتر در صنعت ورزش کشور سوق دهند.

مطالعه ادبیات پیشینه نشان می‌دهد محققان بعدهای مختلف سرمایه‌گذاری و عوامل و موانع آن را به‌صورت کلی در ورزش موردبررسی قرار داده‌اند اما هر یک با رویکردی متفاوت به بررسی عوامل و موانع جذب سرمایه‌گذاری در ورزش پرداخته‌اند، خلای تحقیقاتی در بحث شناسایی عوامل جذب سرمایه‌گذاری در ورزش قهرمانی به‌صورت ویژه کاملاً مشهود است و دید جامع نسبت به مسئله، در تحقیقات به شکلی که بخش‌های چهارگانه ورزش و تفاوت‌های عوامل جذب سرمایه‌گذاری در آنها را ببیند کمتر مشاهده می‌شود، از این‌رو پژوهش حاضر درصدد است با مروری بر ادبیات پیشینه و کسب نظر از کارشناسان و خبرگان در زمینه‌های مختلف مدیریت ورزشی، مالی و اقتصادی و فنی و سازمانی به این سو که الگوی سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی ایران چگونه است؟

## روش‌شناسی پژوهش

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

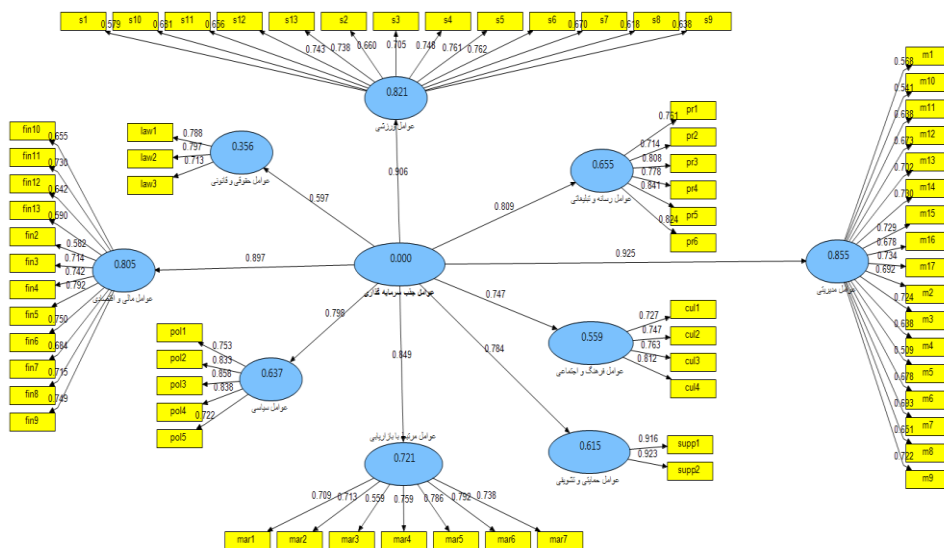
ورزشی، اقتصاد، سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و مدیران حوزه ورزش قهرمانی به تعداد نامحدود بود. در بخش کیفی پژوهش ۱۸ نفر به‌طور هدفمند و در بخش کمی بر اساس فرمول کوکران ۱۲۱ تن به‌عنوان نمونه تحقیق برگزیده شدند. برای دستیابی به اهداف پژوهش از پرسشنامه ۷۱ سئوالی محقق ساخته استفاده شده که بر اساس ادبیات پیشینه و نظر خبرگان عوامل آن شناسایی شده بود. 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 کرون باخ برای تمامی سازه‌ها و کل پرسشنامه بالاتر از ۰/۷ بودند. برای تحلیل داده‌ها از 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. جهت سنجش روایی مدل از روش معادلات ساختاری با روش حداقل مربعات جزئی، تحلیل مسیر و تحلیل عاملی تأییدی بهره گرفته شد. در نهایت الگو، به‌وسیله فن الگوی سازی معادلات ساختاری مورد آزمون قرار گرفت تا میزان تأثیر و ارتباط هر یک از عوامل در جذب سرمایه‌گذاری در ورزش قهرمانی مشخص شود. روش انجام پژوهش به‌طور کامل تشریح شود.

## یافته‌های پژوهش

جدول ۱. نتایج توصیفی ویژگی‌های جمعیت شناختی

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

## برسی 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<sup>۱</sup> 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<sup>۲</sup> گفته می‌شود. به‌منظور تحلیل ساختار پرسشنامه و کشف عوامل تشکیل‌دهنده هر سازه از بارهای عاملی استفاده‌شده 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

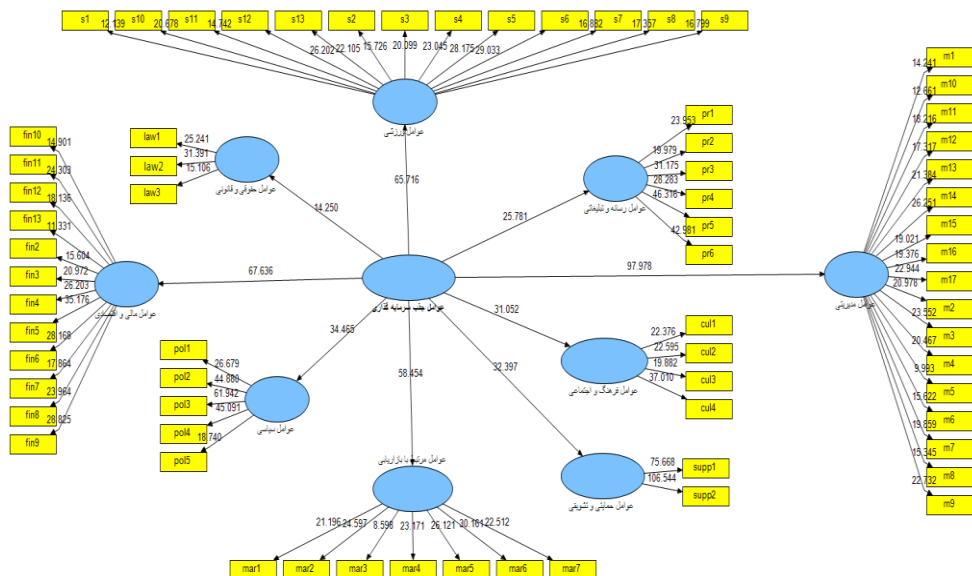
آماره t، آزمون می‌کند. بر طبق این مدل، ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار هست اگر مقدار آماره‌ی t از ۱/۹۶ بیشتر باشد.

جدول ۲، شاخص‌های روایی، پایایی را برای تمامی متغیرهای تحقیق نشان می‌دهد. روایی تشخیصی<sup>۳</sup> 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)

۰/۴ بزرگ‌تر شده است و نشان از برازش مناسب مدل دارد. به بیان ساده‌تر داده‌های این پژوهش با ساختار عاملی و زیربنای نظری تحقیق برازش مناسبی دارد و این بیانگر همسو بودن سؤالات با سازه‌های نظری است.

این شاخص سازش بین کیفیت مدل ساختاری و مدل اندازه‌گیری شده را نشان می‌دهد. مقدار شاخص برازش برابر ۰/۶۴۹ شده است و از مقدار

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 می‌پردازد. ستون آخر این جدول ریشه دوم میانگین واریانس تبیین شده (AVE) را نشان می‌دهد. لازمه تأیید روایی واگرا بیشتر بودن مقدار ریشه دوم میانگین واریانس تبیین شده از تمامی ضرایب همبستگی متغیر مربوطه با باقی متغیرها است. به‌عنوان 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. همان‌طور که در جدول مشخص است، مقدار ریشه دوم شاخص میانگین واریانس تبیین شده، برای تمامی متغیرها، از همبستگی آن متغیر با سایر متغیرها می‌باشد. پایین قطر اصلی ضرایب همبستگی پیرسون نشان داده شده‌اند. ضریب مثبت نشان‌دهنده رابطه‌ی مثبت و مستقیم و ضریب منفی نشان‌دهنده رابطه منفی و معکوس بین دو متغیر هست. تمامی ضرایب در سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ معنی‌دار می‌باشد.

## بحث و نتیجه‌گیری

هدف از این پژوهش ارایه مدلی از عوامل جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی ایران بود. یافته‌های پژوهش حاکی از این بود که داده‌های 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 سازه‌های نظری تحقیق است. به عبارتی مدل به کار گرفته شده، مدل نظری قوی برای طراحی مدل عوامل جذب سرمایه‌گذاری 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 سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در نه دسته شامل عوامل مدیریتی، عوامل ورزشی، عوامل مالی و اقتصادی، عوامل مرتبط با بازاریابی، عوامل رسانه‌ای 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 بوده‌اند. یافته‌های تحقیق با نتایج تحقیقات (قره‌خانی، 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 رامفورد، 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 آن‌ها در سازمان‌ها مربوطه می‌توان سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش کشور را بهبود بخشید و به جذب منابع سرمایه در ورزش قهرمانی کشور پرداخت. مدل طراحی شده که با بهره‌گیری از نظر متخصصین و صاحب‌نظران بدست آمده و در بین نمونه آماری آزمون شده است می‌تواند 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 می‌تواند 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 می‌گشاید 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 یافته‌های تحقیق ۱۷ عامل در مؤلفه عوامل مدیریتی جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی مانند، ایده پردازی و خلاقیت مدیر، ثبات مدیریتی، برنامه‌ریزی راهبردی و... تأثیرگذارند. این نتایج با یافته‌های تحقیقات (خسروی زاده و همکاران، ۱۳۹۳ و مرادی چالشتری، ۱۳۹۰؛ کارگر و همکاران، ۱۳۹۰) مبنی بر عدم ثبات مدیریتی،

نمود ساز و کار مناسب برای جذب سرمایه‌گذاری، (جلالی فراهانی، 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 فدراسیون‌های ورزشی می‌توان بر بسیاری از عوامل دیگر تأثیرگذار در سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی از جمله 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 فدراسیون‌های ورزشی قرارداد‌های 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 بی‌ثبات 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

یافته‌های تحقیقات، (سازمان تربیت‌بدنی، ۱۳۸۲؛ قره‌خانی ۱۳۸۹ و هانس و گوئیر، 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 انجام گرفته و الگوبرداری شده بودند در این پژوهش به صورت 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 استعداد‌های ورزشی (بینس<sup>۱۲</sup>، 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 فدراسیون‌های ورزشی با این رویکرد و اجرای آن در صدر ورزش قهرمانی جهان قرار گرفته‌اند. محبوبیت ورزشکاران و داشتن مربیان

تأثیرات فزاینده سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی بی‌بهره خواهد ماند. در این راستا باید هرچه سریع‌تر اقتصاد کشور با مالکیت دولتی خداحافظی کند و انحصارها را بشکند و به دنبال ایجاد فضای رقابتی بر آن باشد.

بر طبق یافته‌های تحقیق در مؤلفه عوامل مرتبط با بازاریابی ۸ عامل مانند حق کپی‌رایت، حق برند، ایجاد تصویر و افزایش آگاهی در بازار هدف، ایجاد نظام مدیریت بازاریابی ورزشی و در مؤلفه عوامل رسانه‌ای و تبلیغاتی ۶ عامل مانند نظام‌مند کردن تبلیغات در ورزش قهرمانی، پرداخت حق پخش تلویزیونی، انحصار تبلیغات، استفاده از فناوری‌ها تبلیغاتی و ... در جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی تأثیرگذارند. نتایج تحقیق با یافته‌های (خسروی زاده و همکاران، ۱۳۹۳؛ شانک و لایبرگر، ۲۰۱۵؛ نائورایت و رامفورد، ۲۰۱۰ و هانس و گوتیر، ۱۹۹۲) مبنی بر توسعه فعالیت‌های مجازی تبلیغاتی، افزایش حق پخش تلویزیونی، و پرورش کارشناسان بازاریابی ورزشی همخوانی دارد، در عصر امروز توجه به تبلیغات و استفاده از تکنیک‌های نوین بازاریابی و فراهم ساختن زیرساخت‌های بازاریابی در صنایع مختلف از جمله صنعت ورزش از عوامل تأثیرگذار در جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و بهره‌گیری از حامیان مالی در ورزش قهرمانی هست، ضعف‌های موجود در این حوزه در ساختار ورزش قهرمانی کشور و نبود الزامات اجرایی در زمینه‌هایی مانند حق بخش تلویزیونی، حق کپی‌رایت، حق برند و ضعف شدید نظام بازاریابی در ورزش قهرمانی لزوم زمینه‌سازی و برنامه‌ریزی برای رفع موانع موجود در این زمینه را برای مسئولین تبیین می‌کند.

قهرمانی می‌شود. تقویت ورزش بانوان و ایجاد زیرساخت‌های لازم برای حضور زنان به عنوان نیمی از جمعیت جامعه در ورزشگاه‌ها باعث رونق بلیط فروشی و تقویت حق پخش تلویزیونی خواهد شد.

مؤلفه عوامل مالی و اقتصادی دارای ۱۳ عامل مانند، انتظار سود حاصل از سرمایه‌گذاری، تغییرات نرخ ارز، حجم نقدینگی، درآمد دائمی و ... در جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی تأثیرگذارند، نتایج تحقیق با یافته‌های (آزمان و همکاران<sup>۱۳</sup>، ۲۰۱۰؛ محمودی، ۱۳۹۰؛ قره‌خانی، ۱۳۸۹، هاشمی، ۱۳۹۴ و کرامپتون، ۲۰۱۴) مبنی بر نبود ضمانت مالی، فروش سهام و نبود منافع مالی قابل رویت همخوانی دارد، دارنده سرمایه هنگام تصمیم‌گیری برای سرمایه‌گذاری به دو موضوع اطمینان از سودآوری و اطمینان از عدم تعرض به سرمایه‌اش نیاز دارد (رهبر، ۱۳۸۶) در صورتی‌که سیاست‌گذاری‌های اقتصادی در راستای ایجاد فضای باز و مبتنی بر آزادسازی اقتصادی به‌منظور 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 به‌تبع آن، جریان سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی کشور افزایش خواهد یافت. از این‌رو 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

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؛ قره‌خانی ۱۳۸۹؛ جعفرزاده ایمن‌آبادی ۱۳۹۳ و 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 غیردولتی بودن فدراسیون‌های ورزشی به‌عنوان یکی از متولیان اصلی ورزش قهرمانی هنوز ۷۱ درصد بودجه فدراسیون‌ها توسط دولت تامین می‌شود (هاشمی، ۱۳۹۴).

در مؤلفه عوامل فرهنگی و اجتماعی ۴ عامل شامل تعهد هواداران به مصرف کالاها، 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؛ عسکرزاده، ۱۳۸۸؛ جعفرزاده ایمن‌آبادی، ۱۳۹۳؛ کارگر و همکاران ۱۳۹۰؛ حیدری‌نژاد، ۱۳۸۸ و هولی‌گان و گرین، ۲۰۰۸) مبنی بر کسب افتخار و پرستیژ ملی در ورزش قهرمانی و فرهنگ‌سازی در راستای سرمایه‌گذاری هواداران همخوانی دارد. به لحاظ فرهنگی، پی‌نبردن 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، با وجود 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؛ خبیری، 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.
- 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 Keshavarz<sup>1</sup>, Abolfazl Farahani<sup>2</sup>, Yeganeh Moosavi Jahromi<sup>3</sup>,  
Fateh Faraziani<sup>4\*</sup>

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