

بررسی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه افراد حقیقی در توسعه باشگاه‌های ورزشی از طریق بورس اوراق بهادار

مسعود نادریان جهرمی^۱

الهام اخوان^۲



[10.22034/ssvs.2022.1987.2486](https://doi.org/10.22034/ssvs.2022.1987.2486)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۹/۱۸

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۱۲/۲۲

هدف کلی تحقیق، بررسی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه افراد حقیقی در توسعه باشگاه‌های ورزشی از طریق بورس اوراق بهادار بود. پژوهش حاضر از نوع کیفی کمی است که در بخش کیفی به شیوه تحلیل محتوای مستقیم و مصاحبه با ۱۵ نفر از کارشناسان منتخب به روش نمونه‌گیری هدفمند معیاری اجرا شد. در تحلیل ادبیات مربوط به عوامل مؤثر بر سرمایه‌گذاری در توسعه باشگاه‌های ورزشی در بورس، سه دسته عوامل زیرساختی، مالی و معاملاتی و بستر اجتماعی شناسایی شدند که در مرحله بعد از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته، مولفه‌های مربوط به هر کدام از عوامل توسعه باشگاه‌های ورزشی از طریق سرمایه‌گذاری در بورس اوراق بهادار با توجه به شرایط کشور بسط داده و تکمیل شدند. حاصل تحلیل‌ها، استخراج ۴۹ کد و ۱۱ مقوله فرعی بود. جامعه آماری در بخش کمی ۳۷۰ نفر از سرمایه‌گذارانی بودند که در شش ماهه دوم ۱۳۹۹ در بورس اوراق بهادار سرمایه‌گذاری کرده بودند.

نتایج نشان داد عوامل زیرساختی را امکانات عمومی و اختصاصی باشگاه، منابع پایدار درآمدی، ساختار مدیریتی باشگاه (مناسب برای فعالیت‌های تجاری و جایگاه معتبر اجتماعی)، عوامل مالی و معاملاتی (آیین‌نامه‌ها، بسترسازی حمایتی و شفافیت) و بستر اجتماعی (تبلیغات، فرهنگ سرمایه‌گذاری، حمایت اجتماعی و برنامه‌ریزی تجاری) تشکیل دادند. بنابر این، جذب سرمایه افراد حقیقی در توسعه باشگاه‌های ورزشی متأثر از عوامل متعددی است که دست‌یابی به آن به برنامه‌ریزی مدون و هماهنگی بین سازمانی نیاز دارد. لازم است که وزارت ورزش و جوانان از طریق تصویب قوانین حمایتی و تدوین ساختارهای مناسب برای توسعه باشگاه‌های خصوصی و توسعه فرهنگ سهامداری اقدام نماید.

واژگان کلیدی: سرمایه، بورس اوراق بهادار، باشگاه‌های ورزشی، افراد حقیقی و مشارکت بخش خصوصی.

^۱ دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: M.naderian@spr.ui.ac.ir

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

مقدمه

باشگاه‌های ورزشی محور بسیاری از برنامه‌ها و فعالیت‌های ورزشی در جهان ورزش قرار گرفته‌اند و در واقع بسیاری از باشگاه‌های ورزشی به مثابه شرکت‌های بزرگ تجاری عمل می‌کنند که سرمایه‌گذاران خصوصی و صاحبان باشگاه‌ها، آنها را به بازارهای بزرگ تجاری و کسب درآمد برای سهامداران، حامیان و شرکت‌های سرمایه‌داری تبدیل کرده‌اند (فریدونی و همکاران، ۱۳۹۹، امیری و همکاران، ۱۳۹۲) و بدین ترتیب تجارت در ورزش برای بسیاری از مردم به عنوان یک هدف اصلی در عرصه فعالیت‌های ورزشی تبدیل شده است. (جاناتان جنسن و تی. بتینا کورن ول، ۲۰۱۷). توسعه باشگاه‌های ورزشی نیاز به افرادی علاقه‌مند دارد که دارای وقت، پول و آزادی عمل کافی برای سازماندهی تیم‌های ورزشی و امکانات لازم برای برگزاری مسابقات منظم باشند. (محمدي و قره‌خانی، ۱۳۹۷). شرایط جهان امروز ضرورت اصلاح ساختارهای ورزشی و واگذاری بسیاری از اقدامات اجرایی و خدمات مربوط به ورزش به مردم در قالب بخش‌های خصوصی را خاطرنشان می‌کند. از اولین گام‌ها در این مسیر، گسترش اندیشه و مفهوم فرهنگ‌سازی پیرامون تفکر خصوصی‌سازی و اصلاح و تعدیل ساختارهای سازمانی دولتی است. بررسی دیدگاه مدیران در ورزش مبنی بر اینکه آیا خصوصی‌سازی در ورزش موجب تغییر و اصلاح ساختار بخش‌های دولتی ورزش می‌شود یا خیر نشان‌دهنده آن است که بالغ بر ۹۰ درصد با این مسئله موافق‌اند و همگی در اصلاح ساختار، خواستار تمرکززدایی نظام اداری، کنترل بیشتر منابع، بازسازی سازمانی، حذف کارکنان غیرماهر و فروش امکانات شده‌اند (نادریان، ۱۳۹۶). طی سه دهه اخیر فرایندهای خصوصی‌سازی در بسیاری از کشورها طراحی و به مرحله اجرا درآمده است و از آن به عنوان راه‌حلی در جهت منطقی کردن ساختار اقتصادی جامعه، کاهش بار مالی، افزایش کارایی، گسترش فعالیت‌ها و استفاده کارآمد از امکانات و منابع موجود بهره‌گیری شده است. خصوصی‌سازی همانند بسیاری از سیاست‌های دیگر، از جمله روندهای اجتماعی، سیاسی و اقتصادی می‌باشد و مهم‌ترین اهداف آن، تمرکززدایی در اقتصاد و جلب مشارکت بیشتر مردم در فعالیت‌های تولیدی، خدماتی و دستیابی به سطح بالاتر و ارتقای رشد اقتصادی است (ابراهیم نژاد و پدرام راد، ۱۳۹۷). فریدونی و همکاران (۱۳۹۹) معتقدند اهداف و دستاوردهای خصوصی‌سازی حول ۴ محور اصلی بهبود کارایی، افزایش مشارکت عمومی، بهینه‌سازی و توسعه و تحول ساختار اقتصادی قرار دارند. از جمله مولفه‌های خصوصی‌سازی که نقش مهمتری در دستیابی به اهداف خصوصی‌سازی دارند عبارت‌اند از: رابطه مولفه منابع مالی و کارایی واحدهای مدیریتی که می‌توان آن را اینگونه تفسیر کرد که هرچه منابع مالی گسترده‌تر باشد، واحدهای مدیریتی از توان مالی بالاتری برای اجرای برنامه‌های خود برخوردار خواهند بود و تأمین پشتیبان مالی برنامه‌ها می‌تواند منجر به افزایش کارایی واحدهای مدیریتی گردد. همچنین مولفه امکانات و تجهیزات نقش مهمی در مشارکت عمومی دارد که چنین استنباط می‌شود وجود امکانات بیشتر و مناسب‌تر، درصد مشارکت عموم و همچنین شرایط استفاده بهینه را فراهم می‌کند (علیخانی و همکاران، ۱۳۹۹، انواری و لاری، ۱۳۸۶). تدوین قوانین به روز در حمایت و پشتیبانی از سرمایه‌گذاران می‌تواند در توسعه برنامه‌های خصوصی‌سازی اهمیت داشته باشد (حری و

¹ Jonathan A. Jensen and T. Bettina Cc

بررسی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه افراد حقیقی در توسعه باشگاه های ورزشی

هاشمی، ۱۳۹۵). از عمده مشکلات ورود سرمایه گذاران به بخش ورزش می توان به هزینه بالای ساخت اماکن و خرید تجهیزات ورزشی، ناکافی بودن تسهیلات ارائه شده توسط دولت، عدم هماهنگی واحدهای اجرایی و تعدد مراجع تصمیم گیری و زمان بر بودن ارائه مجوز، عدم تمایل مردم در صرف هزینه برای امور ورزشی، عدم توانایی مالی مردم در استفاده از خدمات بخش های خصوصی، ناتوانی در تامین حقوق و دستمزد منابع انسانی، دخالت موازی و همزمان سایر نهادهای دولتی با وزارت ورزش و جوانان، عدم تبلیغ و فرهنگ سازی مناسب مطبوعات، صدا و سیما و سایر رسانه ها نسبت به بخش خصوصی ورزش، فراهم نبودن زمینه لازم جهت قیمت گذاری مناسب برای خدمات باشگاه های خصوصی، عدم تمایل مردم نسبت به ورزش کردن و انجام فعالیت های بدنی، عدم وجود امنیت برای سرمایه گذاری کوتاه مدت و بلندمدت در بخش خصوصی ورزش، وضعیت نامناسب قانون کار، بیمه و مالیات، قوانین سختگیرانه نهادهای مختلف دولتی در اداره اماکن خصوصی ورزشی، نگرش بدبینانه مردم نسبت به بخش های خصوصی ورزشی و مشکلات مربوط به مدیریت و تامین امنیت باشگاه های خصوصی اشاره کرد (آزادان و همکاران، ۱۳۹۱ بیلی، پتیپاس و ارنت، ۲۰۱۳). خصوصی سازی در ورزش به عنوان یک هدف راهبردی در ایران است که با رشد و توسعه باشگاه های خصوصی می توان به این مهم دست یافت. اما بر خلاف اهداف خصوصی سازی باشگاه های ورزشی کشور ما معمولاً متعلق به دولت، سازمان ها، نهادها یا شرکت های دولتی هستند. بنابراین هرگز با انگیزه سودآوری تشکیل نشده اند. باشگاه های ورزشی در ایران به ویژه باشگاه های فوتبال در اثر علاقه شخصی مدیر یا مدیرانی که منصوب دولت هستند ایجاد و اداره می شوند و سود و زیان آن تاثیر قابل ملاحظه ای در وضعیت اقتصادی صاحبان و مدیران آن ندارد. باشگاه مؤثر ورزشی در ایران یا از ردیف های بودجه ای و کمک مستقیم دولت استفاده می کنند یا از طریق کمک شرکت های دولتی مالک خود، منابع مورد نیاز را در اختیار می گیرند (توماس گاتسچی و همکاران، ۲۰۱۱، خواجوی و ابراهیمی، ۱۳۹۷). با توجه به منع قانونی دخالت دولت در امور ورزش حرفه ای، توسعه و پیشرفت آن مستلزم وجود سرمایه های لازم به منظور سرمایه گذاری در حوزه ورزش های حرفه ای در قالب باشگاه های ورزشی است که البته منبع اصلی تامین سرمایه مورد نیاز، رجوع به بازارهای مالی و بورس اوراق بهادار می باشد (رحمانی نوروزآباد و همکاران، ۱۳۹۹). معاملات در بورس اوراق بهادار بر اساس منافع اقتصادی و از طریق سازوکار عرضه و تقاضا انجام می شود. بنابراین نخستین قدم در مسیر حرفه ای شدن باشگاه ها در ایران، تغییر ساختار فعلی باشگاه های ورزشی است که این موضوع باید از مبادی قانونی مانند وزارت ورزش و جوانان و مجلس شورای اسلامی عبور کند و قوانین حمایتی مورد نیاز مصوب گردد. انگیزه اصلی ورود باشگاه ها به بورس، جلب سرمایه های سرمایه گذاران و طرفداران به منظور توسعه همه جانبه باشگاه هاست. باشگاه ها با حضور در بورس می توانند از نظر اقتصادی رشد چشمگیری را تجربه کنند. از سوی دیگر، یکی از راه های برطرف شدن مشکلات مالی باشگاه های ورزشی، واگذاری سهام آن ها در بازار بورس است. در این راستا باید به دو اصل مهم افزایش سودآوری و تقویت مالکیت خصوصی توجه گردد.

¹ Richard Bailey, Charles Hillman, Shawn Arent and Albert Petitpas

ارائه بستر مناسب قانونگذاری: نهادهای قانونگذار (تصمیم‌ساز و تصمیم‌گیر) با تعیین اولویت‌ها باید از یک طرف، قوانین و مقررات لازم را برای ایجاد یک اقتصاد کارآمد مبتنی بر بازار و کوچک شدن اندازه دولت تدوین کنند- بازنگری قوانین، ارزیابی اثربخشی آن‌ها در اجرا، تدوین و پیشنهاد قوانین جدید ازجمله وظایف این نهادها خواهد بود. در این مرحله مهم‌ترین بحث، چگونگی تغییر مالکیت و گذر از بنگاه‌ها و شرکت‌های دولتی به شرکت‌هایی با مالکیت مشترک یا خصوصی و تقویت حقوق مالکیت خصوصی است. با توجه به نقش بسیار مؤثر و حساس بورس اوراق بهادار در رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی (صادقی شریف و همکاران، ۱۳۹۵) و نداشتن سابقه بورس در حوزه ورزش و باشگاه‌های ورزشی لازم است اطلاع‌رسانی در مورد سرمایه‌گذاری به‌طور شفاف و دقیق و مستمر صورت گیرد، زیرا سرمایه‌گذاری در ورزش از طریق بورس بدون سابقه قبلی که برای اولین بار در ایران صورت می‌گیرد هرگونه فدا کردن ارزش در حال حاضر (که معمولاً مشخص است) به امید به دست آوردن ارزش در زمان آینده (که معمولاً اندازه یا کیفیت آن معلوم نیست) تلقی می‌شود (آنا گرک و یان دالان پریا^۱، ۲۰۱۸). البته برخی معتقدند فرهنگ سهامداری در حوزه ورزش و میزان نهادینه بودن اختصاص‌بخشی از سرمایه‌گذاری افراد به سرمایه-گذاری در بورس برای باشگاه موردعلاقه باید در ایران شکل بگیرد تا طرح ارائه سهام باشگاه‌های ورزشی در بازار بورس با موفقیت همراه شود. در باشگاه‌های ورزشی کانون هواداران باشگاه‌ها، پیش‌کسوتان، مربیان و بازیکنان ستاره و محبوب به‌عنوان گروه‌های مرجع که به‌طور مستقیم (رو در رو) یا غیرمستقیم بر عقاید یا رفتار اشخاص برای سرمایه‌گذاری در ورزش، تأثیر می‌گذارند مورد توجه سیاست‌گذاران قرار می‌گیرند (محمدی و قره‌خانی، ۱۳۹۷). بر این اساس در صورتی بخش خصوصی قادر به فعالیت در عرصه باشگاه‌داری به معنای اصلی آن می‌باشد که قوانین مربوط به توسعه باشگاه‌های خصوصی بازنگری و اجرایی گردد. محقق تلاش دارد تا عوامل مؤثر در جذب سرمایه‌های اشخاص حقیقی در حوزه ورزش و توسعه باشگاه‌های ورزشی را شناسایی و چگونگی تزیق این سرمایه‌ها برای کمک به خصوصی‌سازی باشگاه‌های ورزشی را از طریق بورس اوراق بهادار مشخص نماید. بدیهی است دستیابی به اهداف خصوصی‌سازی در ورزش بر اساس سند چشم‌انداز بیست ساله کشور با سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی میسر است. یکی از منابع عرضه پس‌انداز در بورس برای توسعه باشگاه‌های ورزشی، اشخاص حقیقی و هواداران تیم‌های ورزشی هستند که باید به بازار بورس ورود کنند. شناخت عوامل مؤثری که در ایجاد انگیزه و تمایل خانواده‌ها و اشخاص حقیقی جهت سرمایه‌گذاری در بورس اوراق بهادار آن هم برای توسعه باشگاه‌های ورزشی که تا کنون چنین تجربه‌ای در ایران نداشته، گامی مؤثر در راستای تحقق فلسفه اصلی و ایجاد بورس ورزشی در ایران می‌باشد. این پژوهش به بررسی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه اشخاص حقیقی در توسعه باشگاه‌های ورزشی از طریق بورس از دیدگاه سهامداران دارای تجربه پرداخته است. بنابر این در ابتدا لازم است آن دسته از عواملی که در جذب افراد برای سرمایه‌گذاری در بورس تأثیرگذار هستند، شناسایی شوند.

^۱ Anna Gerke and Yan Dalla Pria

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف توسعه‌ای و از لحاظ ماهیت توصیفی-پیمایشی بود و از نظر چگونگی گردآوری داده‌ها، در گروه «تحقیق آمیخته اکتشافی»^۱ طبقه‌بندی می‌شود. جامعه آماری پژوهش در بخش کیفی شامل پژوهش‌های موجود و قابل‌دسترس در پایگاه مؤثر علمی معتبر و همچنین مصاحبه با ۱۵ نفر از صاحب‌نظران (مربیان، داوران، مدیران و ورزشکاران که حداقل پنج سال سابقه فعالیت در بورس داشتند) بود که تا اشباع نظری داده‌ها ادامه یافت. معیارها و عوامل مرتبط با بر جذب سرمایه افراد حقیقی در توسعه باشگاه‌های ورزشی از طریق بورس اوراق بهادار با استفاده از روش فراترکیب و مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استخراج و دسته‌بندی شدند-اما برای افزایش ضریب اطمینان، دو مصاحبه دیگر نیز انجام شد. برای حصول معیارهای پژوهش علمی و افزایش اعتبار یافته‌ها، طبق نظر لینکلن و گابا (۱۹۸۱) عمل شد و چهار معیار قابلیت اعتبار، قابلیت ثبات، تأییدپذیری و قابلیت انتقال در طول پژوهش در نظر گرفته شد. برای کسب قابلیت اعتبار، تلاش شد تا از روش خودبازبینی پژوهشگر استفاده شود. ضمن این که سعی شد تا از طریق مقایسه یافته‌ها با سایر نظریه‌های مرتبط و ادبیات موجود، اعتبار آنها بررسی شود. در بخش کمی، ابزار تحقیق پرسش‌نامه محقق‌ساخته بود که برگرفته از نتایج تحقیقات مرتبط با موضوع تحقیق و همچنین مصاحبه با نخبگان بود. جامعه آماری در بخش کمی، ۳۷۰ نفر از سرمایه‌گذارانی بودند که در شش ماهه دوم ۱۳۹۹ در بورس اوراق بهادار سرمایه‌گذاری کرده بودند و در محل تالار بورس تهران حضور داشتند. پرسش‌نامه در سه مولفه کلی با ۱۷ سوال و با استفاده از طیف ۵ ارزشی لیکرت از کاملاً موافق (امتیاز ۵) تا کاملاً مخالف (امتیاز ۱) تدوین و بین ۳۷۰ نفر توزیع گردید. به منظور روایی محتوایی پرسش‌نامه، پیش‌نویس اولیه در اختیار متخصصان خبره و آشنا با بورس (۸ نفر) قرار گرفت تا مربوط بودن، جامع بودن، وضوح و سادگی هر سوال موردبررسی قرار گیرد. برای تأیید روایی سازه، تحلیل عاملی مرتبه اول برای کلیه متغیرهای تحقیق به انجام رسید و کلیه بارهای عاملی گویه‌های نهایی تحقیق بالای ۰/۴ به دست آمد و مقدار ارزش t نیز از ۱/۹۶ بیشتر شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها، از نرم‌افزار SPSS - برای محاسبه آمار توصیفی، آلفای کرونباخ و تحلیل عاملی اکتشافی- و از Smart PLS نسخه سوم- برای محاسبه تحلیل عاملی تأییدی و تحلیل مسیر و برازندگی مدل- استفاده شد.

^۱ Exploratory

یافته‌های پژوهش

جدول ۱: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان پژوهش در بخش کیفی

ویژگی‌ها	طبقه	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۱۰	۷۱/۴۲
	زن	۵	۲۸/۵۸
	۲۵-۳۰ سال	۲	۱۴/۲۸
سن	۳۱-۴۰ سال	۶	۴۲/۸۵
	۴۱-۵۰ سال	۵	۳۵/۷۱
	بالای ۵۱ سال	۲	۷/۱۴
تحصیلات	لیسانس	۵	۳۵/۷۱
	فوق لیسانس	۲	۲۸/۵۸
	دکتر	۸	۳۵/۷۱
رشته تحصیلی	مدیریت ورزشی	۴	۴۲/۸۶
	غیرمدیریت ورزشی	۱۱	۵۷/۱۴
	۵-۱۰ سال	۴	۱۴/۲۸
سابقه فعالیت در بورس	۱۱-۱۵ سال	۷	۵۰
	۱۶-۲۵ سال	۳	۲۱/۴۲
	۲۶ سال و بالاتر	۱	۱۴/۲۸

در جدول ۱، تعداد شاخص مهم مورد توجه بود که مهم‌ترین آنها داشتن حداقل پنج سال سابقه در بورس و مدرک تحصیلی کارشناسی به بالا بود.

جدول ۲: کدگذاری و مقوله‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه عوامل مؤثر بر جذب سرمایه افراد حقیقی در توسعه باشگاه‌های ورزشی از طریق بورس اوراق بهادار

مقوله اصلی	مقوله‌های فرعی	مفاهیم
امکانات عمومی باشگاه		تجهیزات تمرینی و مسابقه‌ای اختصاصی تحت مالکیت باشگاه
		اماکن و فضاهای تمرینی و مسابقه‌ای اختصاصی تحت مالکیت باشگاه
		داشتن منابع درآمدی پایدار و شناخته‌شده
		مراکز ارائه خدمات تخصصی ورزشی و غیرورزشی ویژه به هواداران و سهامداران و متقاضیان
		وجود مجموعه‌های تفریحی و فرهنگی برای درآمد زایی و کسب درآمد

بررسی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه افراد حقیقی در توسعه باشگاه های ورزشی

امکانات اختصاصی باشگاه	دسترسی آسان هواداران و سرمایه‌گذاران به اماکن ورزشی اختصاصی باشگاه
عوامل زیرساختی	آکادمی بازیکن پروری باشگاه برای عضویت در تیم مؤثر ملی و بزرگسالان باشگاه تشکیل یا اصلاح نهادها، سندیگاهها، انجمن‌های خصوصی و مراکزی که بتوانند طبق «برنامه» مساعدت‌های مالی و غیرمالی را به باشگاه‌های خصوصی ارائه کنند. حمایت‌های مادی (هدفمند و موقت) مانند معافیت مالیاتی و وام‌های کم‌بهره برای تقویت باشگاه‌های خصوصی حمایت‌های غیرمادی که با تشکیل یا اصلاح و تقویت نهادهای غیردولتی حمایت عملی و مؤثر وزارت ورزش و کمیته ملی المپیک از خصوصی‌سازی در ورزش حمایت قهرمانان و پیش‌کسوتان از سرمایه‌گذاری در باشگاه مناسب بودن ساختار باشگاه‌ها برای فعالیت مؤثر تجاری و ارتباطات بین‌المللی
ساختار مدیریتی باشگاه	تصویب قوانین جامع برای فعالیت‌های تجاری باشگاه‌های ورزشی جایگاه تجارت سازمان‌یافته در ساختار هیئت مدیره باشگاه روابط آسان تجاری با سایر نهادهای ورزشی و غیرورزشی الگوی کامل باشگاه‌های خصوصی مورد تأیید فدراسیون‌های جهانی رشته مربوطه تصویب قوانین روشن و جامع برای تجارت باشگاه‌های ورزشی توسط دولت و سندیگاهها
آیین‌نامه‌ها و قوانین جامع	تصویب قوانین حمایتی دولت در زمینه توسعه ورزش‌های حرفه‌ای و باشگاه‌داری خصوصی از طریق بورس اوراق بهادار آیین‌نامه مالی و معاملاتی جامع ویژه باشگاه‌های ورزشی ارائه بستر مناسب قانونگذاری، بازنگری قوانین، ارزیابی اثربخشی آن‌ها بصورت مستمر
بسترسازی توسعه	آیین‌نامه مشوق مؤثر انگیزشی و تسهیلات دولتی به سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش معافیت‌های مالیاتی مناسب برای باشگاه‌های ورزشی خصوصی قوانین و مقررات کار و بیکاری برای ورزشکاران و سایر منابع انسانی مرتبط با ورزش مؤثر باشگاهی قراردادها و نحوه حل و فصل دعوی (با نگاه اقتصادی و حقوقی) در مورد همه رشته‌های مؤثر ورزشی تقویت حقوق مالکیت خصوصی، تغییر ساختار باشگاه‌ها، آزادسازی و مقررات‌زدایی، اصلاح مقررات، اصلاح ساختار مالی
عوامل مالی	

	ارائه صورت حساب مالی حسابرسی شده	
شفافیت	سابقه سود آوری باشگاه حداقل برای دوسال پیاپی	
	شفافیت در انعقاد قراردادهای بازیکنان و مربیان	
	شفاف بودن هزینه‌ها در خرید و فروش بازیکنان	
	شفاف بودن کلیه اسناد هزینه‌ای و اعلام به سهامداران	
تبلیغات	تبلیغات برای شناسایی از افراد ثروتمند	
	ایستگاه رادیو و تلویزیون اختصاصی	
	مجله و روزنامه اختصاصی و تشکیل موزه اختراعات	
	خوشنام کردن نام باشگاه در سطح منطقه و ایران	
فرهنگ سرمایه‌گذاری	تشکیل کانون هواداران با حضور قهرمانان و گروه‌های مرجع حامی باشگاه	
	توانایی ایجاد شبکه مؤثر ارتباطی برای قراردادهای تبلیغاتی	
	آمادگی روانی و رقابت‌طلبی افراد علاقه‌مند و هواداران به سرمایه‌گذاری در بورس	
	اعتقاد راسخ به سرمایه‌گذاری در ورزش به هر قیمت	
	توصیه به سرمایه‌گذاری در بورس توسط قهرمانان ملی	
	اولویت سرمایه‌گذاری افراد در بورس ورزشی نسبت به سایر فعالیت مؤثر اقتصادی	
حمایت اجتماعی	حمایت رهبران دولتی و مذهبی از سرمایه‌گذاری در بورس در حوزه ورزش	
	پشتیبانی فدراسیون‌ها و سایر نهادهای ورزشی از زندگی حرفه‌ای ورزشکاران در بازنشستگی	
	همراهی خانواده‌ها با ورزشکاران و کمک به باشگاه به‌ویژه در مسابقات	
	قوانین حمایتی از باشگاه‌های خصوصی در شرایط بحران	
برنامه ریزی تجاری	برنامه‌ریزی راهبردی ورزش مؤثر تجاری	
	توسعه فرهنگ سهامداری در ورزش	
	توسعه مشارکت در پیروزی مؤثر باشگاه در مسابقات	
	توسعه حرفه‌ای لیگ مؤثر ورزشی	

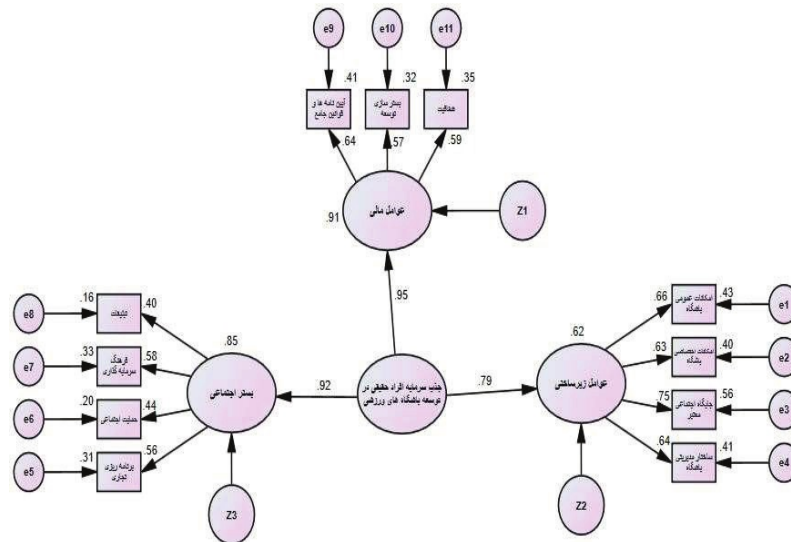
نتایج جدول ۲، نشان داد که عوامل مؤثر بر جذب سرمایه افراد حقیقی در توسعه باشگاه‌های ورزشی از طریق بورس اوراق بهادار در سه دسته عوامل زیرساختی، مالی و معاملاتی و بستر اجتماعی قرار دارد. عوامل زیرساختی شامل چهار مقوله امکانات عمومی، امکانات اختصاصی، منابع درآمدی و ساختار مدیریتی باشگاه با ۱۵ مولفه بود. عوامل مالی و معاملاتی نیز شامل سه مقوله شفافیت، آیین‌نامه‌ها و قوانین جامع و بسترسازی و در مجموع ۱۷ مولفه بود. بستر اجتماعی نیز چهار مقوله تبلیغات، فرهنگ سرمایه‌گذاری، حمایت اجتماعی و برنامه‌ریزی‌های تجاری و در مجموع ۱۵ مولفه بود.

بررسی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه افراد حقیقی در توسعه باشگاه های ورزشی

جدول ۳: معادلات اندازه گیری پرسش نامه

معرف	بار عاملی	مقدار بحرانی	واریانس تبیین شده	سطح معناداری
سوال اول	۰/۵۶	-	۰/۳۲	-
سوال دوم	۰/۶۳	۱۱/۳۴۸	۰/۴۰	۰/۰۰۱
سوال سوم	۰/۷۴	۹/۸۱۵	۰/۵۵	۰/۰۰۱
سوال چهار	۰/۶۵	۸/۱۱۶	۰/۴۲	۰/۰۰۱
سوال پنج	۰/۶۲	-	۰/۳۹	-
سوال شش	۰/۶۳	۹/۵۱۴	۰/۳۹	۰/۰۰۱
سوال هفت	۰/۵۳	۸/۱۹۴	۰/۲۸	۰/۰۰۱
سوال هشت	۰/۵۴	-	۰/۲۹	-
سوال نه	۰/۶۶	۹/۲۰۶	۰/۴۴	۰/۰۰۱
سوال ده	۰/۵۸	۸/۱۶۸	۰/۳۴	۰/۰۰۱
سوال یازده	۰/۶۴	۸/۴۹۸	۰/۴۱	۰/۰۰۱
سوال دوازده	۰/۶۵	۸/۶۵۸	۰/۴۲	۰/۰۰۱
سوال سیزده	۰/۶۴	-	۰/۴۱	-
سوال چهارده	۰/۵۷	۹/۰۵۳	۰/۳۳	۰/۰۰۱
سوال پانزده	۰/۶۲	۹/۴۹۸	۰/۳۸	۰/۰۰۱
سوال شانزده	۰/۴۷	۷/۷۷۲	۰/۲۲	۰/۰۰۱
سوال هفده	۰/۴۹	۸/۱۰۲	۰/۲۴	۰/۰۰۱

فرضیه اصلی تحقیق این بود که مدل عوامل مؤثر بر جذب سرمایه افراد حقیقی در توسعه باشگاه های ورزشی از طریق بورس اوراق بهادار از برآزش مطلوبی برخوردار است.



شکل ۱: مدل عوامل مؤثر بر جذب سرمایه افراد حقیقی در توسعه باشگاه‌های ورزشی از طریق بورس اوراق بهادار

شکل ۱، بارهای عاملی (λ) را برای هر یک از متغیرهای آشکار (معرف) سازنده مدل عوامل مؤثر بر جذب سرمایه افراد حقیقی در توسعه باشگاه‌های ورزشی از طریق بورس اوراق بهادار (متغیر پنهان) نشان می‌دهد. با استناد به مقدار بارهای عاملی متغیرهای آشکار ($0.748/0.401-0.401$) از نقطه برش 0.3 و مقدار آماره تی آن‌ها نیز از نقطه برش $1/96$ بزرگتر بود ($P < 0.01$). بنابراین عوامل زیرساختی و مالی و معاملاتی و بسترهای اجتماعی بر جذب سرمایه افراد حقیقی مؤثر است.

جدول ۴: شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل اندازه‌گیری عوامل مؤثر بر جذب سرمایه افراد حقیقی در توسعه باشگاه‌های

ورزشی از طریق بورس اوراق بهادار				
شاخص‌ها	نام شاخص	اختصار	مدل نهایی	برازش قابل قبول
شاخص‌های برازش	نیکویی برازش	GFI	۰/۹۶	بزرگتر از ۰/۹۰
	نیکویی برازش اصلاح شده	AGFI	۰/۹۴	بزرگتر از ۰/۹۰
	برازش هنجار شده	NFI	۰/۹۳	بزرگتر از ۰/۹۰
	برازش تطبیقی	CFI	۰/۹۶	بزرگتر از ۰/۹۰
شاخص‌های برازش مطلق	برازش نسبی	RFI	۰/۹۱	بزرگتر از ۰/۹۰
	برازش افزایشی	IFI	۰/۹۶	بزرگتر از ۰/۹۰
	برازش مقتصد هنجار شده	PNFI	۰/۶۴	بزرگتر از ۰/۵۰
	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	۰/۰۴	کمتر از ۰/۱۰

بررسی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه افراد حقیقی در توسعه باشگاه های ورزشی

شاخص های برازش	نسبت کای اسکور به درجه آزادی	CMIN/df	۱/۸۴۱	مقدار بین ۱ تا ۳
مقتصد				

شاخص های ارزیابی کلیت مدل اندازه گیری سازه عوامل مؤثر بر جذب سرمایه افراد حقیقی در توسعه باشگاه های ورزشی از طریق بورس اوراق بهادار در مجموع بیانگر این است که مدل مفروض تدوین شده توسط داده های پژوهش حمایت می شوند. به عبارت دیگر، برازش داده ها به مدل برقرار است و همه شاخص ها دلالت بر مطلوبیت مدل مورد نظر دارند و نشانگر اطمینان به سازه عوامل مؤثر بر جذب سرمایه افراد حقیقی در توسعه باشگاه ورزشی است.

جدول ۵: جدول ضرایب مسیر عوامل مؤثر بر جذب سرمایه افراد حقیقی در توسعه باشگاه مؤثر ورزشی از طریق بورس اوراق بهادار

متغیر مستقل	مسیر	متغیر وابسته	ضریب تعیین	برآورد		نسبت بحرانی	P. Value
				غیر استاندارد	استاندارد		
جذب سرمایه افراد حقیقی	<---	عوامل زیرساختی	۰/۶۲	۰/۱۴۵	۱/۰۰۵	۶/۹۰۸	۰/۰۰۱
از طریق بورس اوراق بهادار							
جذب سرمایه افراد حقیقی		عوامل مالی	۰/۹۱	۰/۱۴۷	۱/۰۴۵	۷/۱۱۰	۰/۰۰۱
از طریق بورس اوراق بهادار	<---	بستر اجتماعی	۰/۸۵	۰/۱۴۳	۱/۰۱۱	۸/۱۴۸	۰/۰۰۱
جذب سرمایه افراد حقیقی							
از طریق بورس اوراق بهادار							

مقادیر برآورد شده در جدول بالا بیانگر این است که در مجموع متغیر جذب سرمایه افراد حقیقی از طریق بورس اوراق بهادار ۶۲ درصد از واریانس متغیر عوامل زیرساختی ، ۹۱ درصد از واریانس متغیر عوامل مالی و ۸۵ درصد از واریانس متغیر بستر اجتماعی را تبیین می کند که با توجه به مقادیر مربوط به حجم اثر شاخص ضریب تعیین این مقادیر در حد خوب برآورد می شود. به عبارت دیگر، متغیر جذب سرمایه افراد حقیقی در توسعه باشگاه های ورزشی از طریق بورس اوراق بهادار در حد خوب توان تبیین واریانس متغیر عوامل زیرساختی، عوامل مالی و متغیر بستر اجتماعی را دارد. همچنین مشخص شد که جذب سرمایه افراد حقیقی در توسعه باشگاه های ورزشی از طریق بورس اوراق بهادار بر عوامل زیرساختی به لحاظ آماری معنادار است ($P \leq 0/05$).

بحث و نتیجه‌گیری

هدف کلی تحقیق، بررسی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه افراد حقیقی در توسعه باشگاه‌های ورزشی از طریق بورس اوراق بهادار بود. توسعه باشگاه‌های ورزشی نیازمند پیش زمینه‌هایی است که از آن جمله می‌توان به تصویب یا اصلاح برخی قوانین و مقررات، اصلاح ساختارها، اطلاع‌رسانی دقیق و شفاف به مردم به منظور فرهنگ‌سازی، ارائه تسهیلات و حمایت‌های لازم جلب اعتماد مردم به خصوصی‌سازی و منافع حاصل از آن اشاره کرد. برای اجرای موفقیت‌آمیز برنامه‌های خصوصی‌سازی در توسعه باشگاه‌های ورزشی، مطالعه تجربیات موفق کشورها در زمینه خصوصی‌سازی می‌تواند بسیار سودمند باشد. اما نکته مهمی که باید مورد توجه قرار گیرد، قابلیت‌تعمیم نتایج و در نظر گرفتن شرایط و اقتضائات هر کشور می‌باشد که در نهایت باعث تفاوت در اهداف، روش‌ها، اثرات و نیز میزان موفقیت برنامه‌های خصوصی‌سازی در ورزش می‌گردد. لذا جلب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در توسعه باشگاه‌ها فقط با تشویق سرمایه‌گذاران برای یک ورزش درآمدزا امکان پذیر نیست، بلکه دولت به‌عنوان پشتیبان این نوع سرمایه‌گذاری‌ها می‌تواند چرخش چرخ سنگین این بخش را تضمین و نقش حمایتی خود را ایفا کند. اولین دسته از الزامات عوامل مؤثر بر جذب سرمایه افراد حقیقی در توسعه باشگاه‌های ورزشی از طریق بورس اوراق بهادار به زیرساخت‌هایی مربوط می‌شود که زمینه خصوصی‌سازی را فراهم می‌سازد. وجود امکانات عمومی و اختصاصی باشگاه، فراهم‌سازی منابع درآمدی در کنار ساختار مدیریتی درست می‌تواند جذب سرمایه افراد در توسعه مؤثر باشگاه ورزشی از طریق بورس اوراق بهادار فراهم کند. در بُعد امکانات عمومی توجه به خدمات ورزشی امری حیاتی است که باید به مراکز تخصصی صورت گیرد (حری، هاشمی، ۱۳۹۵). فراهم بودن امکانات تفریحی و مسابقه‌ای و نیز دسترسی آسان به تجهیزات استاندارد می‌تواند مسیر توسعه را هموارتر سازد. ریچارد و همکاران (۲۰۱۳) بخش مهمی از توسعه ورزش را وابسته به زیرساخت‌های فضایی و تجهیزاتی می‌دانند. ممکن است استعدادهای فراوانی در یک جامعه وجود داشته باشد، اما صرفاً به خاطر نبود امکانات و تجهیزات مناسب، راه به جایی نبرند. در اظهارات یکی از مصاحبه‌شوندگان آمده که «از مهمترین مشکلات باشگاه‌ها، نداشتن سالن استاندارد به‌صورت اختصاصی است. تا زمانی که زیرساخت‌های اختصاصی برای باشگاه‌ها فراهم نباشد، قدم‌های بعدی سخت برداشته خواهد داشت». توسعه باشگاه‌های خصوصی از دیگر نیازهای اختصاصی این حوزه است.

یکی دیگر از عوامل مؤثر بر جذب سرمایه افراد حقیقی در توسعه باشگاه‌های ورزشی از طریق بورس اوراق بهادار برخورداری از منابع درآمدی است. پژوهش آزادان و همکاران (۱۳۹۱) نشان می‌دهند که از بین منابع متعدد درآمدزایی در ورزش، حدود ۲۵ درصد از آنها و آن هم به‌شکل محدود در ایران مورد استفاده قرار می‌گیرد. بنابراین، لازم است به‌شکل جدی‌تری به آن پرداخته شود. تحقیقات نشان داده است که نقش دولت‌ها در فراهم‌سازی منابع مالی برای توسعه باشگاه‌ها حیاتی است و دولت‌ها با فراهم کردن حمایت‌های مالی راه موفقیت توسعه باشگاه‌ها

بررسی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه افراد حقیقی در توسعه باشگاه های ورزشی

را هموار می‌سازند (مارتینا رودریک، جکویینلین آلن و کولینسن^۱، ۲۰۲۰). البته جذب حامیان مالی در ایران با چالش‌هایی مواجه است. اظهارات یکی از مصاحبه‌شوندگان نشان می‌دهد «برای جذب حامی مالی، تبلیغات رسانه‌ای و محیطی به‌ویژه در هنگام مسابقات داشته باشد تا حامی مالی انگیزه‌ای لازم برای این کار را پیدا کند...». بنابراین، تا زمانی که جذابیت‌های لازم همچون دسترسی به مخاطبان گسترده و قرارگیری در معرض دید افراد، برای حامیان مالی فراهم نشود، نمی‌توان روی حمایت مؤثر ثابت آنها حساب کرد. همچنین ساختار مدیریتی باشگاه‌ها که مناسب فعالیت‌های تجاری و درآمدزایی باشد، می‌تواند زمینه‌ساز بهره‌برداری بهتر از سایر عوامل مؤثر باشد. در این ساختار، حضور افراد کارآمد و باتجربه در جایگاه تصمیم‌سازی‌های کلیدی ضروری است، چرا که تصمیم‌گیری با دیدگاه‌های درست می‌تواند توسعه باشگاه‌ها از طریق خصوصی‌سازی را به سرانجام برساند. همه سازمان‌های درگیر (فدراسیون ها، وزارت ورزش و جوانان، کمیته ملی المپیک، باشگاه‌ها و سازمان بورس)، با مدیریت همگرا و بدون موازی کاری یا تداخل امور، باید سیاست‌های خصوصی‌سازی را اجرا نمایند. در این صورت، می‌توان به توسعه خصوصی‌سازی باشگاه‌های ورزشی امیدوار بود. علاوه بر موارد یاد شده، یکی دیگر از ضعف‌های مدیریتی حال حاضر کشور، روابط با سازمان‌های اداره‌کننده ورزش در سطح بین‌المللی است که می‌تواند ورزش را از امتیازات متعددی مانند خرید و فروش بازیکنان و انتقال آسان ارز محروم کند.

یافته‌های پژوهش نشان داد که بخش دیگری از عوامل مؤثر بر جذب سرمایه افراد حقیقی در توسعه باشگاه‌های ورزشی از طریق بورس اوراق بهادار را می‌توان با عنوان «عوامل مالی و معاملاتی» دسته‌بندی کرد. این عوامل شامل آیین‌نامه‌ها و قوانین جامع، بسترسازی مناسب و شفافیت هستند. توسعه حرفه‌ای باشگاه‌ها به صورت واقعی، یکی دیگر از مقوله‌های مؤثر ضروری است. ایجاد چنین توسعه پایداری نیازمند آموزش و توسعه نیروی انسانی متخصص است تا بتوانند امور لیگ‌های ورزشی و باشگاه‌ها را بر عهده گیرند. نتایج تحقیق نشان داد تصویب قوانین روشن و جامع برای تجارت باشگاه‌های ورزشی بر جذب سرمایه افراد حقیقی در بورس برای توسعه باشگاه‌های ورزشی در ایران مؤثر است. سالی و جان^۲ (۲۰۰۱) می‌گویند درآمدزایی باشگاه‌ها و اطمینان نسبی از اقتصادی بودن فعالیت‌های باشگاه‌ها در آینده، شرط لازم برای پذیرش در بورس است که باشگاه‌ها باید این موضوع را مدنظر قرار دهند. پذیرش باشگاه‌های ورزشی در بورس اوراق بهادار تابع شرایط خاصی است تا سرمایه‌گذاران بتوانند به‌طور منطقی سهام این باشگاه‌ها را مورد معامله قرار دهند. وجود دو سال صورت‌های مالی حسابرسی‌شده و عملکرد سودآور باشگاه‌ها، یکی از ابتدایی‌ترین شرایط ورود باشگاه‌ها به بورس اوراق بهادار است. در چنین شرایطی باشگاه‌های ورزشی باید به شرکت‌های سهامی عام تبدیل و دو سال عملکرد مثبت داشته باشند. قبل از هر چیز باید حقوق اقتصادی باشگاه‌ها تعریف و به قوانین مصوب تبدیل گردد. آنچه مثل یک چالش بزرگ فراروی باشگاه‌های ورزشی در ایران است، حقوق اقتصادی آنهاست که شامل کپی رایت، پخش تلویزیونی، تبلیغات دور زمین و تبلیغات روی لباس،

¹ Martin Roderick and Jacquelyn Allen-Collinson

² Sally Shaw and John Amis

فروش اجناس ورزشی با آرم باشگاه و سایر فعالیت‌های اقتصادی است که البته بیشتر این موانع و مشکلات در بخش‌های غیرورزشی نیز مشاهده می‌شود. همه این عوامل باید توسط مراکز و مراجع ذی‌صلاح به صورت قانون درآید و ضمانت اجرایی داشته باشد. مردم ورزش و قهرمانان ورزشی را دوست دارند و حاضرند برای توسعه آن به‌ویژه توسعه باشگاه‌های ورزشی سرمایه‌گذاری کنند تا با این اقدام عملاً در موفقیت‌ها و پیروزی‌های تیم مورد علاقه خود سهیم باشند. موضوعی که مک. کلوی گرادی^۱ (۲۰۰۹) در نتایج تحقیقات خود بر آن تأکید دارد. در دنیای تجارت همه سرمایه‌گذاری‌ها به امید کسب سود و درآمد مطمئن در آینده صورت می‌گیرد و باشگاه‌های ورزشی نیز از این قاعده مستثنی نیستند. برای اینکه باشگاه مؤثر ورزشی در بازار بورس پذیرفته شود، لازم است قوانین مصوب حمایتی از سوی دولت مبنی بر تجارت آزاد باشگاه‌های ورزشی برای کسب درآمد تدوین و ابلاغ شود. همچنین ساختارهای باشگاه‌های ورزشی نیز برای تجارت انعطاف لازم را داشته باشند- موضوعی که محققان در مورد بقای باشگاه‌های فوتبال در دنیای تجاری و پر رقابت امروز یکی از ضروریات می‌دانند. یافته‌های تحقیق نشان داد فرهنگ سهامداری بر جذب سرمایه افراد مؤثر است. وجود رابطه بین فرهنگ سهامداری با گروه‌های مرجع و کانون هواداران و ارتباط با قهرمانان نشان می‌دهد فرهنگ سهامداری دارای تاثیراتی بسیار زیادی در میزان سرمایه‌گذاری افراد حقیقی در بورس برای توسعه باشگاه‌های ورزشی است. نتایج برخی تحقیقات نشان می‌دهد علاوه بر تاثیرگذاری مستقیم، دارای تاثیرگذاری بر دیگر عوامل است. گروه‌های مرجع به دلیل داشتن خصوصیات انسانی، تاثیرپذیر و تاثیرگذار هستند. بنابراین، فرهنگ سهامداری علاوه بر تاثیرگذاری بر جذب سرمایه افراد حقیقی دارای تاثیراتی نیز بر روی گروه‌های مرجع هستند و این گروه نیز خود تاثیرگذار بر جذب سرمایه افراد حقیقی می‌باشند. سودآوری دارای اثرات مهم در تصمیم‌گیری برای سرمایه‌گذاری است که در تحقیقات (جاناناتان جنسن و بتینا کورن ول، ۲۰۱۷) و (کریستی سونتی، ۲۰۱۹) آمده است. عوامل اقتصادی و فرهنگ سهامداری به ترتیب دو مورد از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر جذب سرمایه افراد و عوامل سیاسی و نحوه اطلاع‌رسانی در مورد سرمایه‌گذاری کم اهمیت‌ترین عامل بر جذب سرمایه افراد حقیقی در بورس برای توسعه باشگاه‌های ورزشی است. این موضوع شاید به این دلیل باشد که جامعه آماری تحقیق، سرمایه‌گذاران دارای تجربه در بورس هستند که با تحقیقات رحمانی نوروزآباد و همکاران (۱۳۹۹) همخوانی دارد. نتیجه کلی پژوهش این است که رشد و توسعه باشگاه‌های خصوصی در شرایط فعلی یک ضرورت است. هنوز قوانین روشن و جامع تجاری به صورت مصوب در مورد باشگاه‌های خصوصی وجود ندارد و همچنان دولت کلیه امور مربوط به ورزش‌های حرفه‌ای را برعهده دارد. همچنین ساختارهای باشگاه‌های ورزشی در ایران برای فعالیت مؤثر تجاری مناسب نیستند و لازم است هر چه سریع‌تر در این موارد اقدامات لازم صورت گیرد و تکلیف نظام جامع باشگاهداری مشخص و اجرایی شود. همچنین مدیران و مسئولان بازار بورس باید شرایطی را فراهم کنند تا باشگاه‌های ورزشی بتوانند در کمترین زمان ممکن سهام خود را در بورس عرضه نمایند.

^۱ Mc Kelvey S, Grady, j

بررسی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه افراد حقیقی در توسعه باشگاه های ورزشی

منابع

- ابراهیم نژاد، علی و پدرام راد، مهدی. (۱۳۹۷). «سنجش تأخیر در انعکاس اطلاعات در بورس اوراق بهادار تهران». دانش مالی تحلیل اوراق بهادار (مطالعات مالی). (۳۸) ۱۱، صص ۲۷-۱۵.
- آزادان، مهدی؛ عسکریان، فریبا و رمضانی نژاد، رحیم. (۱۳۹۱). «بررسی راهکارهای جذب حامی مالی ها در فوتبال حرفه ای». فصلنامه مطالعات مدیریت ورزشی. (۴) ۱۳، صص ۱۲۳-۱۳۶.
- امیری؛ مجتبی، نیری؛ شهرزاد، صفاری و مرجان، فاطمه دلیری راغب. (۱۳۹۲). «تبیین و اولویت بندی موانع فراروی خصوصی سازی و مشارکت بخش خصوصی در توسعه ورزش». مدیریت ورزشی. (۵) ۴، صص ۸۳-۱۰۶.
- انواری رستمی، علی اصغر و لازمی سمینانی، بهروز. (۱۳۸۶). «بررسی ارتباط میان میزان سرمایه گذاری در سپرده های بانکی و اوراق مشارکت با میزان جذابیت سرمایه گذاری (نقدشوندگی و تشکیل سرمایه) در بورس اوراق بهادار». مدرس علوم انسانی. (۵۵) ۱۱، صص ۱-۲۹.
- خواجوی، شکراله و ابراهیمی، مهرداد. (۱۳۹۷). «بررسی تأثیر ساز و کارهای حاکمیت شرکتی در تقلب در صورت های مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران». مدیریت دارایی و تأمین مالی. (۶) ۲، صص ۷۱-۸۴.
- رجبی، مالک؛ سلطان حسینی، محمد؛ رضوی، محمد حسین و حسینی، سید عماد. (۱۳۹۱). «نقش رسانه ها و تماشاگران در جذب سرمایه گذاری بخش خصوصی در ورزش قهرمانی». مطالعات مدیریت ورزشی. (۴) ۱۳، صص ۹۳-۱۰۶.
- رحمانی نوروزآباد، سامان؛ انواری رستمی، علی اصغر؛ خلیلی، کرم و محمدی، اسفندیار. (۱۳۹۹). «راهبردهای تأمین مالی شرکت ها در شرایط عادی و بحران: شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران». مدیریت دارایی و تأمین مالی. (۸) ۲، صص ۱۳-۳۰.
- فریدونی، مسعود؛ کلاته سیفری، معصومه و رضوی، سید محمد حسین. (۱۳۹۹). «تبیین و ارائه مدلی از عوامل اقتصادی مؤثر بر پاسخ مؤثر رفتاری هواداران فوتبال». مدیریت ورزشی. (۱۲) ۱، صص ۲۰-۱۰۱.
- حری، محمدصادق و هاشمی، مرضیه. (۱۳۹۵). «بررسی معادلات آشوب بر سیستم بورس اوراق بهادار (مورد کاوی سیستم بورس اوراق بهادار تهران)». پژوهش های نوین در تصمیم گیری. (۱) ۱، صص ۲۵-۴۶.
- صادقی شریف، سیدجلال؛ علی پور، مهرداد و غروجی، مرجان. (۱۳۹۵). «آمیخته بازاریابی مالی PV در بورس اوراق بهادار تهران». کاوش های مدیریت بازرگانی. (۸) ۱۶، صص ۲۳۳-۲۸۳.
- علیخانی دهقی، حسین؛ ایزدی نیا، ناصر و کیانی، غلامحسین. (۱۳۹۹). «نقش مدیریت سود در شناسایی صورت های مالی متقلبانه در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران». مدیریت دارایی و تأمین مالی. (۸) ۴، صص ۲۱-۳۸.
- محمدی مغانی، حجت و قره خانی، حسن. (۱۳۹۷). «طراحی و تبیین مدل نقش اقتصادی دولت در فرآیند خصوصی سازی ورزش ایران». مدیریت ورزشی. (۱۰) ۲، صص ۳۶۷-۳۸۵.
- نادریان جهرمی، مسعود. (۱۳۹۶). مبانی جامعه شناسی در ورزش. چاپ چهارم. تهران: بامداد کتاب
- Anna Gerke and Yan Dalla Pria. (2018). "Cluster Concept: Lessons for the Sport Sector? Toward a Two-Step Model of Sport Cluster Development Based on Socioeconomic Proximity". Journal of Sport Management, Volume 32: Issue 3, Pages: 211-226.
- Babiak, K. (2009). "Determinants of corporate social responsibility in professional sport, internal and external factors". Journal of sport management, volume 23, Issue 6, PP381-393.
- Chris Chard, Liam McCrory, and Kirsty Spence. (2019). "Financing Improvements and Expansion: A Case of the Sunnyhill Health & Racquet Club". Sport Management journal, Volume 9: Issue 1, pages 12-19

- Gerke, A. & Dalla Pria, Y. (2018). **“Cluster Concept: Lessons for the Sport Sector? Toward a Two-Step Model of Sport Cluster Development Based on Socioeconomic Proximity”**. Journal of Sport Management, 32(3), 211–226.
- Gotschi, T. (2011). **“Costs and Benefits of Bicycling Investments in Portland, Oregon”**. Journal of Physical Activity and Health, 8(1), S49–S58.
- John L. Crompton, Dennis R. Howard, and Turgut var. (2022). **“Financing Major League Facilities: Status, Evolution and Conflicting Forces Journal of Sport Management”**. A head of print, Volume 17: Issue 2, Page Range: 156–184
- Jonathan A. Jensen and T. Bettina Cornwell. (2017). **“Why Do Marketing Relationships End? Findings from an Integrated Model of Sport Sponsorship”**. Decision-Making, Volume 31: Issue 4, Pages: 401–418.
- Jonathan A. Jensen, T. Cornwell, B. (2017). **“Why Do Marketing Relationships End?”** Findings from an Integrated Model of Sport Sponsorship. Decision-Making, 31(4), 401–418.
- Khirey B. Walker, Chad S. Seifried and Brian P. Soebbing. (2018). **“The National Collegiate Athletic Association as a Social-Control Agent: Addressing Misconduct Through Organizational Layering”**. Journal of Sport Management, Volume 32: Issue 1, Pages: 53–71.
- Khirey B. Walker, Chad Seifried, Brian Soebbing and Kwame Agyemang. (2018). **“A Comparative Framing Analysis of Major Violations in the National Collegiate Athletic Association”**. International Journal of Sport Communication, Volume 11: Issue 1, Pages: 95–122.
- Kristi Sweeney. (2019). **“Fit for America: Major John L. Griffith and the Quest for Athletics and Fitness”**. International Journal of Sport Communication, Volume 12: Issue 3, Pages: 431–433
- Martin Roderick and Jacquelyn Allen-Collinson. (2020). **“I Just Want to Be Left Alone: Novel Sociological Insights into Dramaturgical Demands on Professional Athletes”**. Sociology of Sport Journal, Volume 37: Issue 2, Pages: 108 –116
- Mc Kelvey S, Grady, j. (2009). **“Sponsorship program protection strategies for special sport events: Are events organizers outmaneuvering ambush marketers?”** Journal of sport management, volume 23, Issue 5, pp: 123-135.
- Richard Bailey, Charles Hillman, Shawn Arent and Albert Petitpas. (2013). **“Physical Activity: An Underestimated Investment in Human Capital?”** Journal of Physical Activity and Health, Volume 10: Issue 3, Pages: 289–308.
- Roderick, M., Collinson, J, A. (2020). **“I Just Want to Be Left Alone: Novel Sociological Insights into Dramaturgical Demands on Professional Athletes”**. Sociology of Sport Journal, 37(2), 108 – 116.
- Sally Shaw and John Amis. (2001). **“Image and Investment: Sponsorship and Women's Sport”**, Journal of Sport Management, Volume 15: Issue 3, Pages: 219–246
- Shaw, S. & Amis, J. (2001). **“Image and Investment: Sponsorship and Women's Sport”**. Journal of Sport Management, 15(3), 219–246.
- Sweeney, K. (2019). **“Fit for America: Major John L. Griffith and the Quest for Athletics and Fitness”**. International Journal of Sport Communication, 12(3), 431–433.
- Tim Wilson. (2019). **“Sport Finance”**. Sport Management Education Journal, Volume 14: Issue 1, Page Range: 72