

## بررسی موانع ساختاری اثرگذار بر جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی در صنعت فوتبال جمهوری اسلامی ایران

جواد مرادی چالشتی<sup>۱</sup>، دکتر محمدرضا مرادی<sup>۲</sup>، سهیلا نوروزیان قهفرخی<sup>۳</sup>، محمود جمالی گله<sup>۴</sup>

### چکیده

**مقدمه و هدف:** عوامل ساختاری مجموعه عواملی هستند که ریشه در ساختارهای کلان از قبیل اقتصادی، حقوقی-قانونی، فرهنگی-اجتماعی دارند. این عوامل از فاکتورهای بسیار اثرگذار بر جذب سرمایه‌گذاری خارجی شناخته می‌شوند. هدف از این تحقیق، پرداختن به این دسته موانع در صنعت فوتبال ایران است.

**روش‌شناسی:** جامعه آماری این تحقیق را کلیه مدیران عامل و اعضای هیأت مدیره باشگاههای حاضر در لیگ برتر، اعضای هیأت رئیسه فدراسیون فوتبال و مدیران سابق فوتبال ایران (N=۲۴۰) تشکیل می‌دهند. ۱۴۸ نفر، بر اساس جدول مورگان، به عنوان نمونه به صورت تصادفی انتخاب گردید. ابزار اندازه‌گیری تحقیق، پرسشنامه محقق ساخته است که طی یک مطالعه مقدماتی و به روش دلفی با اعمال نظر ۱۲ نفر از متخصصین امر در زمینه اقتصاد و مدیریت ورزشی در پرسشنامه نهایی تهیه گردیده است. برای اطمینان از پایایی پرسشنامه با استفاده از روش آماری آلفای کرونباخ ضریب پایایی پرسشنامه ۰/۸۸۵ تعیین گردید. تجزیه و تحلیل آماری یافته‌ها با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی (کولموگروف-اسیمرنوف، آزمون پیرسون و تحلیل عاملی) صورت پذیرفته است.

**یافته‌ها:** نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بین عوامل ساختاری (شامل اقتصادی، حقوقی-قانونی، مدیریتی-منابع انسانی، اطلاع رسانی-بازاریابی، تشویقی-حمایتی و فرهنگی-اجتماعی) و جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی در صنعت فوتبال ایران رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

**بحث و نتیجه‌گیری:** براساس یافته‌های تحقیق، موانع ساختاری اثرگذار بر جذب سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت فوتبال ایران در شش حوزه کلی قابل بررسی هستند. این موانع به طور کلی خارج از محیط صنعت ورزش و صنعت فوتبال قرار دارند و به طور کلی حرکت سرمایه‌گذاری خارجی را به کل ساختار اقتصادی کشور با مخاطره مواجه می‌سازد. از اینرو تا زمانیکه موانع مذکور در کل ساختار کشور وجود داشته باشند صنعت فوتبال نیز مانند دیگر صنایع متأثر از چنین فضایی خواهد بود و از تأثیرات فزاینده سرمایه‌گذاری‌های خارجی بی‌بهره خواهد ماند.

**واژه‌های کلیدی:** عوامل ساختاری، سرمایه‌گذاری خارجی، صنعت فوتبال

Email:javadmoradi.ch@gmail.com

۱. عضو هیأت علمی آموزشکده فنی و حرفه ای سما، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شهرکرد، ایران

۲. استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه شهرکرد، ایران

۳. کارشناسی ارشد بیومکانیک ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، مازندران، ایران

۴. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شهرکرد، ایران

## مقدمه

دستیابی به اهداف اقتصادی و کسب منابع مالی هرچه بیشتر جزء اهداف اساسی هر سازمانی (از جمله سازمان های ورزشی) شناخته می شوند. از اینرو، این شاخص از دیرباز مورد توجه برنامه ریزان سازمان ها بوده است (۱). از سویی ضرورت تحقق اهداف اقتصادی هر سازمانی در گرو فراهم بودن سرمایه کافی به منظور تأمین منابع مالی مورد نیاز آن سازمان است (۲). عاملی که اقتصاددانان آنرا موتور تولید، رشد و توسعه اقتصادی می دانند (۳). استفاده از منابع مالی خارجی به عنوان مکمل منابع داخلی و همچنین ابزاری جهت هموار نمودن سرمایه‌گذاری‌های داخلی و گسترش و تقویت ظرفیت ها و نیروهای مولد، امری اجتناب ناپذیر و ضروری به نظر می‌رسد (۲). رویکرد کشورهای توسعه یافته به این منبع عالی تأمین کننده مالی گواه این قضیه است به گونه ای که در کشورهای نظیر امریکا ۱۸ درصد از تولید ناخالص داخلی GDP<sup>۱</sup> و در آلمان ۲۴ درصد از تولید ناخالص داخلی را شرکت های خارجی تشکیل می دهند (۴). از سویی امروزه ورزش فوتبال جزء زیباترین، پرفرودارترین و محبوب ترین رویدادهای ورزشی شناخته می شود (۵). فوتبال تنها یک بازی زیبا نیست، بلکه تجارتی جهانی و قابل مشاهده است که علاوه بر بعد تجاری، بسیار مورد توجه رسانه های جهانی است (۶) و به علت گستردگی فوق العاده، تعداد بی شمار ورزشکاران و تماشاچیان، سرمایه گذاریهای کلان مالی، و پوشش وسیع رسانه ای عرصه‌ای بسیار فراتر از دیگر ورزشها کسب کرده است (۷). فوتبال در گذر زمان توانسته است خود را از یک رویداد صرف به یک ورزش درآمدزا تبدیل کند، به نحوی که در کشورهای پیشرفته جهان به دلیل رشد در چندین بعد و به طور ویژه در ابعاد تجاری و اقتصادی از آن با عنوان صنعت فوتبال یاد می شود (۸ و ۹). تحول ماهیت فوتبال به لحاظ اقتصادی سبب شده است تا منافع و مصالح بسیاری برانگیخته شود. در نتیجه، طیف گسترده ای از منابع انسانی، مادی، پولی، مالی و اعتباری به سوی فوتبال روی آورده است تا زمانی که فوتبال به عنوان یک بازی، نه یک کسب و کار و تجارت بود، دینفعان دنیای سرمایه، گردانندگان صنعت و خدمات چندان توجهی به آن نشان نمی دادند. حال آنکه امروزه چنین نیست، فوتبال یکی از جایگزین های قوی، برای سرمایه گذاران گوناگون مطرح است (۹). امروزه حضور شرکت ها و سرمایه گذاران خارجی در ورزش امری مرسوم و رایج گردیده است (۱۱) به نحوی که شاید بتوان از چین و به خاطر برگزاری بازی های المپیک ۲۰۰۸ به عنوان سرآمد در جذب چنین شرکت هایی یاد کرد. در فوتبال نیز کشورهای مختلف اروپایی نظیر انگلستان و اسپانیا و حتی کشورهای آسیایی نظیر ژاپن توانسته اند سرمایه گذاران خارجی زیادی را جلب نمایند (۱۲). اما چرا در ایران علیرغم تعریف چنین منبع درآمدی در طرح جامع ورزش کشور (۱۳)، باز هم صنعت فوتبال ایران نتوانسته است چنین سرمایه گذارانی را جذب نماید؟ پاسخ به این سؤال را می توان در چگونگی اثرگذاری متغیرها و عوامل مختلف بر فعالیتهای یک صنعت و بنگاه‌های اقتصادی آن جستجو کرد.

آنچه مسلم است، این است که اگر سرمایه‌گذاران خارجی بخواهند به صورت مستقل و یا با مشارکت بخش خصوصی در کشور میزبان فعالیت کنند، تنها در صورت مساعدبودن شرایط، تصمیم به سرمایه‌گذاری می گیرند (۱۴). بر پایه اکثر نظریات اقتصادی، وضعیت ساختار اقتصادی در مکان‌یابی سرمایه‌گذاری خارجی از متغیرهای بسیار مهم محسوب می گردد (۱۵). بر این اساس دو عامل ریسک و بازدهی انتظاری بر انتقال و جابجایی سرمایه بسیار مؤثر است. به طوری که در هر مکانی که میزان ریسک و خطر سرمایه گذاری بالا باشد،

۱. Gross Domestic Product

حرکت سرمایه به آنجا کند و در هر مکانی که میزان بازدهی انتظاری سرمایه بالاتر باشد، حرکت سرمایه به آنجا سریعتر خواهد بود (۱۶). در حقیقت شاخص ریسک هر کشوری نشان می‌دهد که تا چه حد می‌توان به سرمایه‌گذاری در یک کشور و بازگشت اصل و سود آن اعتماد داشت (۱۴ و ۱۶). در این رابطه توایتس و آگویلا (۱۹۹۸) در بررسی دلایل و عوامل حضور حامیان مالی در ورزش (نشان دادند که حامیان مالی (به عنوان نوعی از سرمایه‌گذاری خارجی) برای سرمایه‌گذاری و حمایت مالی از رویداد ورزشی، متغیرهای زیادی از قبیل محیط اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و ... مکان سرمایه‌گذارپذیر را مورد بررسی قرار می‌دهند (۱۷). هودا (۲۰۰۱) اصل انتظار از سود حاصل سرمایه‌گذاری را، به عنوان مهمترین عامل اثرگذار بر جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در ورزش دانسته است. وی چنین بیان می‌کند که، سرمایه‌گذاران سرمایه‌گذاری در ورزشی را قبول نمی‌کنند مگر اینکه انتظار داشته باشند از گزینه انتخابی آنها نسبت به دیگر گزینه‌های قابل انتخاب، سود بیشتری حاصل شود (۱۸). مرادی و همکاران (۲۰۱۰) در بررسی رابطه بین عوامل اقتصادی و جذب سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت فوتبال ایران نشان دادند بین عواملی اقتصادی و جذب سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت فوتبال ایران رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد (۱۹).

در بین متغیرهای مختلف، وضعیت ساختاری مکان سرمایه‌پذیر به عنوان یکی از مهمترین متغیرهای اثرگذار بر جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی شناخته شده است (۱۱ و ۱۴ و ۱۹ و ۲۰ و ۲۱ و ۲۲ و ۲۳ و ۲۴ و ۲۵ و ۲۶ و ۲۷ و ۲۸). عوامل ساختاری عمدتاً به مجموعه عواملی اطلاق می‌شوند که ریشه در ساختارهای کلی از قبیل اقتصادی، سیاسی، قانونی، حقوقی، فرهنگی، اجتماعی و... دارند (۱۱ و ۱۴ و ۱۹ و ۲۰ و ۲۱ و ۲۲ و ۲۳ و ۲۴ و ۲۵ و ۲۶ و ۲۷ و ۲۸). در این زمینه، رهبر و همکاران (۱۳۸۶)، ساختار اقتصادی، سیاسی و اجتماعی و فرهنگی حاکم بر جامعه، را از جمله عوامل و علی‌دانسته‌اند که می‌توانند نقش تعیین‌کننده در تصمیم‌گیری اشخاص و گروه‌ها در امر سرمایه‌گذاری داشته باشند (۱۴). ناآرو و یوکو (۲۰۰۸) بیان داشتند، موانع ساختاری از جمله موانع اثرگذار بر جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی‌اند که با انجام اصلاحات و رفع موانع موجود در این زمینه که عمدتاً بوسیله حکومت صورت می‌گیرد می‌توان از طریق کاهش ریسک سرمایه‌گذاری روند جذب چنین سرمایه‌گذارانی را افزایش داد. آنان در پایان چنین نتیجه گرفتند که با انجام اصلاحات ساختاری در بخش‌های مالی و خصوصی سازی بر مبنای تجارت آزاد می‌توان جذب سرمایه‌گذاری خارجی را تسهیل نمود (۲۷). ماتيجا و دمیجان (۲۰۰۸) نشان دادند عوامل ساختاری یکی از مهمترین عوامل اثرگذار بر جریان سرمایه‌گذاری خارجی‌اند و رفع موانع موجود بر سر راه جذب سرمایه‌گذاران خارجی فرایندی را طلب می‌کند که بخش اعظم آن در حوزه اقتصادی است (۲۸). واند و زبرگ (۲۰۰۲)، در تحقیق خود و در بررسی و مقایسه نحوه عملکرد کشورهای موفق و ناموفق در جذب سرمایه‌گذاری خارجی، چنین نتیجه گرفتند که، با رفع موانع ساختاری بر پایه خصوصی سازی و آزاد سازی در اقتصاد می‌توان جذب سرمایه‌گذاری خارجی را تسهیل نمود (۲۹). چاکرابورتی و نونکامپ (۲۰۰۶)، موانع ساختاری را از جمله موانع بسیار اثرگذار بر جذب سرمایه‌گذاری خارجی دانسته‌اند و چنین بیان نمودند که با رفع چنین موانعی که عمدتاً در

۱. Thwaites & Aguilar

۲. Huda

۳. Moradi

۴. Nauro & Yuko

۵. Matija & Damijan

۶. Wanda Teseng & Zeberg

۷. Chakraborty & Nunnenkamp

بخش اقتصادی می باشند می توان جذب سرمایه گذاری خارجی را مضاعف نمود (۳۰). چو مین و همکاران (۲۰۰۹) در مطالعه خود و در بررسی رفتار سرمایه گذاران خارجی در طی دوره ایجاد تغییرات ساختاری به این نتیجه رسیدند که با بر طرف شدن تدریجی محدودیت ها طی دوره گذار، به طور خیره کننده ای نهادهای سرمایه گذار خارجی واجد شرایط برای سرمایه گذاری خارجی افزایش یافتند (۲۲). امیر حسینی (۱۳۸۶)، نشان داد که امکان سرمایه گذاری خارجی در ورزش ایران زمانی میسر است که کلیه مؤلفه های اثر گذار از جمله انگیزه های اقتصادی، مالی، فرهنگی و اجتماعی عوامل حمایتی، وجود نیروی انسانی کارآمد و فنی، زیر ساخت مناسب، تمایل به ورزش تجاری و ... به منظور اقدام شرکت های سرمایه گذار در ورزش مورد توجه قرار گیرند و جذب سرمایه گذاری خارجی بدون تغییر نگرش در میان سیاستمداران و کارشناسان و ایجادبستر مناسب برای ورود سرمایه امکان پذیر نیست (۳۱). الهی (۱۳۸۶)، موانع اثر گذار بر توسعه درآمدهای حاصل از حمایت مالی (به عنوان نوعی از سرمایه گذاری خارجی) در صنعت فوتبال ایران را مربوط به مجموعه عواملی دانسته است که در محیط خارجی صنعت فوتبال هستند و ریشه در ساختار اقتصادی کل کشور دارند که شامل فقدان نظام بااقتصادی، درون گرایی، عدم آزادسازی بازار و مالکیت بسیار زیاد دولتی در اقتصاد کشور، وجود مشکلات در موضوع کپی رایت، ریسک بالای سرمایه گذاری اقتصادی و عدم شفافیت مالی و اقتصادی در ایران دانسته است (۱۲). مرادی (۱۳۹۲)، در تحقیق خود و در بررسی موانع اقتصادی اثرگذار بر جذب سرمایه گذاری خارجی در صنعت فوتبال ایران، نشان داد موانع ساختاری اولین دسته از موانع اثر گذار بر جذب سرمایه گذاری خارجی در صنعت فوتبال ایران هستند. وی چنین بیان داشت که این دسته از موانع، به طور کلی مجموعه موانعی اند که خارج از محیط صنعت ورزش و صنعت فوتبال قرار دارند و به طور کلی، این موانع حرکت سرمایه خارجی به کشور را تحت الشعاع خود قرار می دهند و نه تنها مدیران فوتبال بلکه، مدیران ستادی و برنامه ریزان ورزشی کشور نیز بر آنان توانایی دخل و تصرف ندارند (۱۱). احمدی (۱۳۸۶)، عوامل ساختاری را از جمله موانع مؤثر بر جذب سرمایه گذاری خارجی دانسته است و بیان می کند بسیاری از کشورهای در حال توسعه به علت ریسک بالا، بی ثباتی سیاسی و ساختاری غیرقابل پیش بینی در جذب سرمایه خارجی ناموفق بوده اند. علاوه بر این، یافته های تحقیق وی نشان می دهد که علاوه بر عوامل تولید، شاخص ها و زیربنای اقتصادی، تسهیلات و مشوق ها، شرایط اجتماعی و فرهنگی و اداری کشورها نیز بر جذب سرمایه گذاری خارجی مؤثر هستند. در حقیقت، وی جذب سرمایه خارجی را مربوط به کل سیستم و ساختارهای اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی جامعه وابسته دانسته است (۲۰). نورائی (۱۳۸۴)، از دلایل عدم موفقیت کشور در جذب سرمایه گذاری های خارجی را مربوط به وجود موانعی می داند که در ساختار اقتصادی و فنی ساختار فرهنگی و اجتماعی، قوانین داخلی و نظام سیاسی کشور وجود دارند. وی بیان می کند، برقراری ثبات اقتصادی اجتماعی و سیاسی و تدوین حداقلی از قوانین باثبات و شفاف مربوط به سرمایه گذاری خارجی باعث جذب بیشتر چنین سرمایه هایی در کشور می شود (۳۲). عباسی (۱۳۸۳) نشان داد، بمنظور جذب سرمایه گذاری خارجی در ایران موانع ساختاری موجود در این زمینه باید برطرف گردند. وی بیان داشت لازم است در این زمینه، با برقراری امنیت داخلی شامل اقتصادی، قضایی، سیاسی، مبارزه با فساد اداری و مالی، اجرای سیاستهای آزادسازی و خصوصی سازی، اصلاح قوانین و در نظر گرفتن مشوق ها و حمایت های لازم برای سرمایه گذاران خارجی زمینه ساز جذب سرمایه گذاران خارجی در ایران شد (۳۳). با توجه به اینکه ادبیات و پیشینه تحقیق نشان می دهد، عوامل ساختاری از جمله عوامل بسیار اثرگذار بر جذب سرمایه گذاری

خارجی می‌باشد، محقق در این تحقیق بر آن شد تا از این منظر به دلایل عدم حضور سرمایه‌گذاران خارجی در صنعت فوتبال ایران بپردازد.

### روش شناسی

این مطالعه از نوع تحقیق توصیفی- تحلیلی است که پژوهشگر در آن به دنبال بررسی وضعیت موجود سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت فوتبال ایران است. جامعه آماری این تحقیق را کلیه مدیران عامل و اعضای هیأت مدیره باشگاه‌های حاضر در لیگ برتر، اعضای هیأت رئیسه فدراسیون فوتبال و مدیران سابق فوتبال ایران (۲۴۰ نفر) تشکیل دادند. ۱۴۸ نفر، بر اساس جدول مورگان، به عنوان نمونه به صورت تصادفی انتخاب گردید. ابزار اندازه‌گیری تحقیق، پرسشنامه محقق ساخته ای است که طی یک مطالعه مقدماتی<sup>۱</sup> بدین شرح تهیه شده است. ابتدا محقق با بهره‌گیری از مطالعات کتابخانه‌ای، منابع نظری، بررسی نظرات صاحب نظران و مصاحبه با دست‌اندرکاران اقدام به تهیه پرسشنامه مقدماتی نمود و با استفاده از روش دلفی و توزیع پرسشنامه بین ۱۲ نفر از متخصصان در علم اقتصاد و اقتصاد ورزشی و تکرار این کار تا تأمین نظرشان، پرسشنامه نهایی ۶۳ سوالی آماده، و روایی آن اخذ گردید. همچنین برای اطمینان از پایایی پرسشنامه با استفاده از روش آماری آلفای کرونباخ ضریب پایایی پرسشنامه ۰/۸۸۵ تعیین گردید. گویه‌های این پرسشنامه با استفاده از مقیاس پنج ارزشی لیکرت ارزش‌گذاری گردید. در ادامه، پس از توزیع و جمع‌آوری پرسشنامه‌ها با استفاده از آزمون آماری کولموگروف-اسمیرنوف مشخص شد داده‌ها طبیعی هستند. بدین ترتیب و برای برآورد متغیر ملاک از روی متغیر پیش‌بین از ضریب همبستگی پیرسون و به منظور تعیین سهم هر عامل بر جذب سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت فوتبال، از تحلیل عاملی استفاده شد. تجزیه و تحلیل آماری تحقیق نیز با بهره‌گیری از نرم‌افزار SPSS 16 صورت پذیرفت.

### یافته‌ها

#### توصیف آماری متغیرهای پیش‌بین:

پرسشنامه نهایی تحقیق، مطابق با طیف لیکرت، از بسیار زیاد تا بسیار کم (خیلی زیاد = ۵، زیاد = ۴، متوسط = ۳، کم = ۲ و خیلی کم = ۱) سازماندهی شد و در پایان میانگین‌های هرعامل از ۱ تا ۵ و خیلی کم تا خیلی زیاد تفسیر شد. ترتیب نمره‌دهی به این قرار است که، از ۱ تا ۱/۴۹ خیلی کم، از ۱/۵ تا ۲/۴۹ کم، از ۲/۵ تا ۳/۴۹ متوسط، از ۳/۵ تا ۴/۴۹ زیاد و از ۴/۵ تا ۵ خیلی زیاد در نظر گرفته شد. بر این اساس اطلاعات مندرج در جدول شماره (۱) میانگین و انحراف استاندارد عوامل ساختاری در جذب سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت فوتبال ایران را نشان می‌دهد. همانطور که مشاهده می‌گردد، از حداکثر ۵ نمره ممکن، میانگین نمره افراد مورد مطالعه ۱/۸۰ با میانگین انحراف استاندارد ۰/۶۷ است و در بین کلیه عوامل، عوامل مدیریتی- منابع انسانی با میانگین ۲/۰۳ و انحراف استاندارد ۰/۶۹ بیشترین میانگین را به دست آورده‌اند.

جدول شماره (۱). توصیف آماری عوامل جذب سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت فوتبال ایران

۱. Pilot Study

۲. Factor Analysis

کل افراد (۱۴۸ نفر)		آزمودنی‌ها	
انحراف استاندارد	میانگین	متغیرها	
۰/۶۹	۲/۰۳	مدیریتی - منابع انسانی	۱
۰/۶۲	۱/۸۷	حقوقی-قانونی	۲
۰/۵۴	۱/۸۲	اقتصادی	۳
۰/۵۶	۲/۰۱	اطلاع‌رسانی - بازاریابی	۴
۰/۶۸	۱/۹۱	تشویقی - حمایتی	۵
۰/۹۵	۱/۲	فرهنگی - اجتماعی	۶

### توصیف آماری وضعیت جذب سرمایه‌گذاری خارجی:

اطلاعات مندرج در جدول شماره (۲) وضعیت جذب سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت فوتبال ایران را نشان می‌دهد. همانطور که مشاهده می‌گردد از حداکثر ۵ نمره ممکن، میانگین نمره‌دهی افراد مورد مطالعه ۱/۶۵ با انحراف استاندارد ۰/۳۶ است.

جدول شماره (۲). توصیف آماری وضعیت جذب سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت فوتبال ایران

کل افراد (۱۴۸ نفر)		آزمودنی‌ها	
انحراف استاندارد	میانگین	متغیر	
۰/۳۶	۱/۶۵	جذب سرمایه‌گذاری خارجی	

با توجه به نتایج حاصله از آزمون کولموگروف اسمیرنوف مبنی بر طبیعی بودن توزیع داده‌ها، از آزمون همبستگی پیرسون برای آزمون فرضیه‌های تحقیق در این قسمت استفاده شد. مطابق جدول شماره (۳) و با توجه به ضریب همبستگی، نتایج تحقیق نشان می‌دهد، بین عوامل اقتصادی، حقوقی-قانونی، مدیریتی-منابع انسانی، اطلاع‌رسانی-بازاریابی، تشویقی-حمایتی، فرهنگی-اجتماعی و جذب سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت فوتبال ایران رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

جدول شماره (۳). ارتباط بین متغیرهای پیش‌بین و جذب سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت فوتبال ایران

متغیر پیش‌بین	متغیر ممالک	میزان خطا	ضریب همبستگی (r)	سطح معنی‌داری (p)
اقتصادی	جذب سرمایه‌گذاری خارجی	۰/۰۵	۰/۵۴	۰/۰۰۱
حقوقی-قانونی	جذب سرمایه‌گذاری خارجی	۰/۰۵	۰/۴۳	۰/۰۰۱
مدیریتی-منابع انسانی	جذب سرمایه‌گذاری خارجی	۰/۰۵	۰/۴۱	۰/۰۰۱
اطلاع‌رسانی-بازاریابی	جذب سرمایه‌گذاری خارجی	۰/۰۵	۰/۳۶	۰/۰۰۱
تشویقی-حمایتی	جذب سرمایه‌گذاری خارجی	۰/۰۵	۰/۴۱	۰/۰۰۱
فرهنگی-اجتماعی	جذب سرمایه‌گذاری خارجی	۰/۰۵	۰/۳۹	۰/۰۰

در این قسمت و با توجه به اینکه آزمون بارتلت و شاخص KMO (مقدار ۰/۷۵۶) تناسب داده‌ها را جهت انجام تحلیل عاملی نشان داد، بمنظور برآورد میزان اثرگذاری عوامل مؤثر بر بهبود وضعیت موجود از تحلیل عاملی استفاده شد و به تعیین بارعاملی هر یک از عوامل پرداخته شد. همان‌طور که اطلاعات مندرج در جدول شماره (۴) نشان می‌دهد، به ترتیب و براساس بار عاملی بدست‌آمده عوامل اقتصادی، حقوقی-قانونی، تشویقی-حمایتی بالاتر از ۰/۵+ و سطح معنی‌داری بسیار قابل قبول و عامل مدیریتی-منابع انسانی دارای بار عاملی بالاتر از ۰/۴+ و سطح معنی‌داری بیشتر قابل قبول و عوامل اطلاع‌رسانی-بازاریابی و فرهنگی-اجتماعی و دارای بار عاملی بالاتر از ۰/۳+ و سطح معنی‌داری قابل قبول را بدست آوردند.

جدول شماره (۴). جدول بارعاملی عوامل ساختاری مؤثر بر بهبود جذب سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت

#### فوتبال ایران

بارعاملی	متغیر
۱	اقتصادی
۰/۶۹	حقوقی-قانونی
۰/۶۱	تشویقی-حمایتی
۰/۵۸	مدیریتی-منابع انسانی
۰/۴۹	اطلاع‌رسانی-بازاریابی
۰/۳۹	فرهنگی-اجتماعی
۰/۳۵	

#### بحث و نتیجه‌گیری

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بین عامل ساختاری و جذب سرمایه‌گذاری خارجی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. یافته‌هایی که با نتایج احمدی (۱۳۸۶)، مرادی (۱۳۹۰)، چو مین و همکاران (۲۰۰۹) و نآرو و یوکو (۲۰۰۸) همخوانی دارد (۲۰ و ۲۱ و ۲۲ و ۲۷). احمدی (۱۳۸۶) نشان داد، بین عامل ساختاری و جذب سرمایه‌گذاری خارجی رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد. وی بیان داشت بسیاری از کشورها به خصوص کشورهای در حال توسعه به علت ساختاری غیرقابل پیش‌بینی و ریسک سرمایه‌گذاری بالا در جذب سرمایه‌گذاری خارجی ناموفق بوده‌اند. علاوه بر این وی جذب سرمایه‌گذاری خارجی را مربوط به کل سیستم و ساختارهای اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی جامعه وابسته دانسته است (۲۰). مرادی (۱۳۹۰) نشان داد بین عامل ساختاری و جذب سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت فوتبال ایران رابطه مثبت وجود دارد. وی نشان داد با رفع چنین موانعی می‌توان کل صنایع کشور از صنعت فوتبال کشور را از مزایای سرمایه‌گذاری خارجی برخوردار نمود (۲۱). در این زمینه چو مین و همکاران (۲۰۰۹) نشان دادند که با برطرف کردن تدریجی موانع ساختاری می‌توان شرایط را برای افزایش جذب سرمایه‌گذاری خارجی مساعد نمود (۲۲). نآرو و یوکو (۲۰۰۸) نیز بیان داشتند، بین عامل ساختاری و جذب سرمایه‌گذاری خارجی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد و انجام اصلاحات ساختاری که عمدتاً بوسیله حکومت صورت می‌گیرد باعث ایجاد سیگنال‌های مثبتی از طریق کاهش ریسک سرمایه‌گذاری برای سرمایه‌گذاران خارجی خواهد شد و روند جذب این سرمایه‌گذاران را تسریع خواهد نمود. آنان اصلاحات ساختاری را فرآیندی

دانسته اند که در نظر گرفتن مشوق های قوی برای سرمایه گذاری خارجی قسمتی از آن است. آنان در پایان چنین نتیجه گرفتند که با انجام اصلاحات ساختاری در بخش های مالی و خصوصی سازی بر مبنای تجارت آزاد می توان جذب سرمایه گذاری خارجی را تسهیل نمود (۲۷). آنچه مسلم است تا زمانیکه موانع ساختاری موجود در ایران وجود داشته باشند، صنعت فوتبال نیز مانند دیگر صنایع کشور و متأثر از چنین فضایی، از منافع سرمایه گذاری خارجی بی بهره خواهد بود. یافته های تحقیق نشان داد، این موانع خارج از محیط صنعت فوتبال قرار دارند و به طور کلی حرکت سرمایه گذاری خارجی به کشور را تحت الشعاع خود قرار می دهند. بر این دست موانع نه تنها مدیران فوتبال بلکه مدیران ستادی و برنامه ریزان ورزشی کشور نیز توانایی دخل و تصرف ندارند. از اینرو تا زمانیکه موانع ساختاری مذکور وجود داشته باشند صنعت فوتبال نیز مانند دیگر صنایع کشور از تأثیرات فزاینده سرمایه گذاری خارجی بی بهره خواهد ماند. بنابراین ضرورت دارد هر چه سریعتر اقتصاد کشور با مالکیت دولتی خداحافظی کرده و انحصارها را بشکند و بدنال ایجاد فضای رقابتی بر آن باشد تا از این طریق باعث تسهیل در روند جذب سرمایه گذاران خارجی شود.

بر اساس یافته های تحقیق، موانع ساختاری اثرگذار بر جذب سرمایه گذاری خارجی در صنعت فوتبال ایران را می توان در شش حوزه کلی بررسی نمود. در حیطه موانع اقتصادی یافته های تحقیق نشان می دهد که به دلیل وجود موانعی از قبیل ساختار بسیار شدید دولتی، بالابودن ریسک سرمایه گذاری، اندازه کوچک بازار، درون گرایی و عدم تعامل با بازارهای جهانی در اقتصاد کشور جذب سرمایه گذاری خارجی در ساختار اقتصادی کشور و صنایع آن از جمله صنعت فوتبال را با موانع جدی مواجه نموده است. نتایجی که با یافته های جرارد (۲۰۰۶)، الهی (۱۳۸۶)، ساینی و همکاران (۲۰۱۰)، مرادی و همکاران (۲۰۱۰)، کومار و یاپ کو (۲۰۱۱)، قره خانی (۱۳۹۰) و مرادی و همکاران (۱۳۹۲) و امیری (۱۳۹۲) همخوانی دارد (۳۴ و ۱۲ و ۳۵ و ۱۹ و ۳۶ و ۳۷ و ۱۱ و ۳۸). در این رابطه جرارد (۲۰۰۶) نشان داد ساختار اقتصادی کشور میزبان از عوامل بسیار اثرگذار بر جذب سرمایه گذاران و حامیان مالی در صنعت فوتبال می باشد (۳۴). الهی (۱۳۸۶)، نیز از جمله موانع توسعه درآمدهای حاصل از حمایت مالی (به عنوان نوعی از سرمایه گذاری های خارجی) در صنعت فوتبال ایران را مربوط به مجموعه عواملی دانسته است که در محیط خارجی صنعت فوتبال هستند و ریشه در ساختار اقتصادی کل کشور دارند و از این قبیل موارد به فقدان نظام باز اقتصادی، درون گرایی، عدم آزادسازی بازار و مالکیت بسیار زیاد دولتی در اقتصاد کشور، ریسک بالای سرمایه گذاری اقتصادی در ایران اشاره داشته است (۱۲). ساینی و همکاران (۲۰۱۰)، نشان دادند بین عامل اقتصادی و جذب سرمایه گذاری خارجی رابطه مثبت و مستقیمی وجود دارد. آنان چنین بیان داشتند، هر چه درجه آزادی و باز بودن اقتصاد بیشتر باشد، آن اقتصاد در جذب سرمایه گذاری خارجی موفق تر عمل خواهد کرد (۳۵). نتایج تحقیق مرادی و همکاران (۲۰۱۰) ضمن همخوانی با این یافته ها، نشان داد عوامل ساختاری بر جذب سرمایه گذاری خارجی در صنعت فوتبال ایران به شدت تأثیر گذارند و در این بین، موانع اقتصادی از اهمیت ویژه ای برخوردار است (۱۹). کومار و یاپ کو (۲۰۱۱)، از دلایل موفقیت چین در جذب سرمایه های داخلی و خارجی انجام اصلاحاتی در اقتصاد این کشور، اجرای سیاست های باز اقتصادی و حاکم کردن اقتصاد بازار محور در این کشور در سالهای اخیر است (۳۶). قره خانی (۱۳۹۰) نشان داد که عدم وجود درآمد مناسب در باشگاه ها شامل فروش بلیط، درآمد حاصل از حق پخش تلویزیونی مسابقات، درآمد حاصل از حامیان مالی و درآمد حاصل از تبلیغات از جمله مهمترین موانع اقتصادی بر سر راه خصوصی سازی در ورزش فوتبال کشور است (۳۷). مرادی و

همکاران (۱۳۹۲) نشان دادند که بین عوامل اقتصادی مشتمل بر خصوصی سازی، حضور در بازار بورس، ارتقاء نشان نهادهای فوتبال، وجود آژانس های تخصصی بازاریابی، سیاست گذاری های ورزشی و تسهیلات و مشوق ها و اطلاع رسانی مناسب و جذب سرمایه گذاری خارجی در صنعت فوتبال ایران رابطه مستقیم وجود دارد (۱۱). امیری (۱۳۹۲) فقدان امنیت سرمایه گذاری در کشور و فقدان دارایی های مناسب در باشگاه های حرفه ای را از جمله عوامل اقتصادی مؤثر بر جذب سرمایه های بخش خصوصی دانسته است (۳۸). در این زمینه لازم است با تغییر ساختار و انجام اصلاحات گسترده، زمینه سازی حضور سرمایه گذاران خارجی در کشور را فراهم نمود. به عنوان مثال در صورتیکه سیاست گذاری های اقتصادی در راستای ایجاد فضای باز و مبتنی بر آزادسازی اقتصادی به منظور دستیابی به بازارهای جدید، سرمایه های خارجی و فناوری نوین تعریف شود و اقداماتی در جهت افزایش ثبات اقتصادی صورت پذیرد، میزان ریسک سرمایه گذاری کاهش خواهد یافت و بالطبع آن جریان سرمایه گذاری خارجی در کشور افزایش خواهد یافت. مواردی که دیگر محققان نظیر چاکرابورتی و نونکامپ (۲۰۰۶) به آن اشاره داشته اند (۳۰).

در حیطه عوامل حقوقی و قانونی یافته های تحقیق نشان داد بدلیل وجود موانع قانونی در اصول ۴۴، ۸۱ و ۱۳۹ قانون اساسی و وجود تضادهای قانونی و حقوقی مختلف در این زمینه نظیر تضادهای موجود در قانون تشویق و حمایت از سرمایه گذاری خارجی، صنعت فوتبال نیز مانند دیگر صنایع از تأثیرات فراینده سرمایه گذاری های خارجی بی بهره مانده است. در این راستا لازم است با اصلاحاتی در قانون تشویق و حمایت از سرمایه گذاری خارجی و با تحول در نظام دادرسی قضائی، حقوق اقتصادی، قانون تجارت و با حمایت از حقوق مالکیت معنوی و رفع تضادهای قانونی و کاهش بوروکراسی، زمینه ساز جذب چنین سرمایه گذارانی شد. این یافته ها، با نتایج اکبری تالارپشتی (۱۳۸۲)، قره خانی (۱۳۹۰)، پاداش (۱۳۹۰)، طجرلو (۱۳۸۷)، مرادی (۱۳۹۰)، امیری (۱۳۹۲) و احمدی (۱۳۸۵) همخوانیدارد (۳۷ و ۳۹ و ۴۰ و ۴۱ و ۳۸ و ۴۲). اکبری تالارپشتی (۱۳۸۲)، موانع حقوقی و قانونی ساختاری را مهمترین عامل بر جذب سرمایه گذاری خارجی دانسته است. وی از عدم وجود قوانین با ثبات و مترقی و عدم انطباق این قوانین با شرایط روز جامعه و جهان و وجود گسستها و کمبودها در نظام قانونی ایران به عنوان مهمترین این موانع یاد کرده است (۴). قره خانی (۱۳۹۰)، نشان داد وجود قوانین مناسب برای اخذ حق پخش تلویزیونی مسابقات و جذب حامیان مالی از جمله موارد بسیار اثرگذار بر جلب سرمایه های بخش خصوصی در ورزش فوتبال می باشند (۳۷). پاداش (۱۳۹۰)، همسو نبودن مقررات و سیاست های اجرایی ارگان های قانونی کشور با سیاست خصوصی سازی، عدم تدوین چارچوب قانونی منسجم با پشتوانه و ضمانت اجرایی لازم، مشکلات قانونی و دست و پاگیر بودن قوانین و مقررات از جمله مهمترین موانع حقوقی خصوصی سازی در ورزش کشور می باشند (۳۹). طجرلو (۱۳۸۷) وضعیت حقوقی وثبت شرکتی باشگاه ها را از جمله موارد بسیار اثرگذار بر خصوصی سازی در فوتبال دانسته است (۴۱). مرادی (۱۳۹۰) وجود موانع متفاوت حقوقی-قانونی، عدم ثبت شرکتی باشگاه ها، وضعیت نامناسب مالکیتی باشگاه و وجود ضعف در حمایت از حق مالکیت معنوی را از جمله موارد اثرگذار بر جذب سرمایه گذاری های خارجی در صنعت فوتبال ایران معرفی کرده است (۴۱). امیری (۱۳۹۲) فقدان ساز و کارهای قانونی و آئین نامه های اجرایی لازم، خلاء ها و ابهامات قانونی، عدم تناسب و هماهنگی برنامه های خصوصی سازی با قوانین کار، بیمه و مالیت از جمله عوامل حقوقی اثر گذار بر خصوصی سازی در ورزش کشور مطرح کرده است (۳۸). احمدی (۱۳۸۵)، وضعیت نامناسب قانون کار، بیمه و مالیات را به

عنوان موانع مؤثر بر خصوصی سازی مطرح کرده است(۴۲). به نظر می رسد هر چه قوانین و مقررات مشخص تر، ثبات در قوانین و دستورالعمل های وضع شده بیشتر باشد و بوروکراسی اداری پائین تر باشد جذب سرمایه گذاری خارجی تسهیل خواهد شد.

در حیطه عوامل تشویقی و حمایتی یافته های تحقیق نشان می دهد که به دلیل عدم وجود تضمین های مالی و عدم وجود تخفیف در انواع تعرفه و معافیت های گمرکی و تجاری و در نظر نگرفتن تسهیلات، معافیت ها و مشوق های لازم در کشور، سرمایه گذاری خارجی در کلیه صنایع از جمله صنعت فوتبال با مخاطره مواجه بوده است. یافته های که عباسی(۱۳۸۳)، احمدی(۱۳۸۶)، امیری(۱۳۹۲)، قره خانی(۱۳۹۰)، مرادی و همکاران(۱۳۹۲)، هوانگ(۲۰۰۶)، ایزدی(۱۳۸۳) و جانگ لیم(۱۹۹۴) به آن اشاره داشته اند(۳۳و۳۷و۳۸و۳۹و۴۰و۴۱و۴۲و۴۳و۴۴). عباسی(۱۳۸۳) و احمدی(۱۳۸۶) نشان دادند که عوامل تشویقی و حمایتی، در نظر گرفتن انواع معافیت ها و حمایت های قانونی از جمله موارد بسیار اثرگذار بر جذب سرمایه گذاری خارجی می باشند(۳۳و۳۰). امیری(۱۳۹۲) فقدان مشوق های مالی و مالیاتی بمنظور تشویق بخش خصوصی و عدم بر خورداری بخش خصوصی از تسهیلات دولتی به سرمایه گذاری در ورزش را از جمله مهمترین موانع جلب سرمایه های بخش خصوصی در ورزش دانسته است(۳۸). قره خانی (۱۳۹۰) تخصیص نیافتن تسهیلات مالی کم بهره و یا بلاعوض به باشگاه ها را از جمله موانع مؤثر بر خصوصی سازی در فوتبال ایران دانسته است(۳۷). مرادی و همکاران (۱۳۹۲) در نظر گرفتن تسهیلات و مشوق ها را از جمله موارد بسیار اثرگذار بر جلب سرمایه های خارجی در صنعت فوتبال دانسته اند(۱۱). هوانگ(۲۰۰۶)، نشان داد با افزایش تسهیلات و مشوق های در نظر گرفته شده از سوی دولت برای سرمایه گذاران و افزایش همکاری با شرکت های خارجی می توان باعث افزایش در میزان جذب سرمایه گذاری های خارجی گردید(۴۳). ایزدی(۱۳۸۳) در نظر گرفتن تسهیلات را به عنوان یکی از مهمترین موارد اثر گذار بر جذب اسپانسرها(به عنوان نوعی از سرمایه گذاری خارجی) در فوتبال کشور دانسته است(۱۰). جانگ لیم و همکاران(۱۹۹۴)، نیز در بررسی شش فاکتور مؤثر بر سرمایه گذاری در ورزش دریافت، فاکتور تسهیلات مهمترین آنها بوده و هرچه مشوق ها در این زمینه بیشتر باشد شرکت ها تمایل بیشتری به امر سرمایه گذاری در ورزش پیدا خواهند کرد(۴۴). از آنجا که امروزه محل استقرار شرکت های چند ملیتی به عنوان شرکت های جهانی، بیش از پیش تابع نظام های مالیاتی و تعرفه ای محلی گردیده است، ضرورت دارد با حمایت های قانونی و در نظر گرفتن انواع معافیت های مالیاتی، تجاری، گمرکی و...، تسهیلات و امتیازات ویژه رسمی و قانونی برای سرمایه گذاران زمینه ساز حضور چنین شرکت هایی در کشور شد. طبق یافته های تحقیق و از آنجا که در نظر گرفتن تسهیلات و مشوق ها یکی از مهمترین موارد اثر گذار بر بهبود جذب سرمایه گذاری خارجی در صنعت فوتبال کشور است، و از آنجا که فراهم کردن چنین تسهیلات و مشوق هایی از طریق در نظر گرفتن قوانین، مقررات و تسهیلات حقوقی مناسب در این زمینه می باشد(۴۳)، پیشنهاد می شود، سیاست گذاری ها و بستر سازی حقوقی و قانونی مناسبی از سوی برنامه ریزان ورزش کشور صورت پذیرد و حضور سرمایه گذاران خارجی در صنعت ورزش کشور را صرف بکار بردن یک کلمه در طرح جامع ورزش باقی نگذارند. به عنوان مثال لازم است در این زمینه سیاست های کاملاً سازگار با فعالیت های شرکت های چندملیتی وضع گردد. علاوه بر این لازم است امتیازات و تسهیلات ویژه ای برای سرمایه گذاران به عنوان مشوق در نظر گرفته شود و اطلاع رسانی گسترده، شفاف و صریح در این زمینه صورت پذیرد

در حیطه عوامل مدیریتی و منابع انسانی نتایج تحقیق نشان می‌دهد که به دلیل ضعف در مدل‌های مدیریتی بکارگیری شده، عدم ثبات مدیریتها و عدم وجود نیروی متخصص و خیره جذب سرمایه‌گذاری خارجی با مخاطره مواجه است. مواردیکه امیری (۱۳۹۲)، احمدی (۱۳۸۵)، امیرحسینی (۱۳۸۶)، هودا (۲۰۰۱)، جانگ لیم و همکاران (۱۹۹۴) و برونزتین (۱۹۹۸) به آن پرداخته‌اند (۳۸ و ۳۱ و ۳۰ و ۳۹ و ۴۰ و ۴۱ و ۴۲). امیری (۱۳۹۲) ضعف مدیریت بخش خصوصی، پائین بودن اعتماد به مدیران خصوصی، نگرش اقتدارگرایانه و از بالا به پائین نگاه کردن به خصوصی سازی (وجود ساختارهای بوروکراسی) و عدم استفاده از کارشناسان و متخصصان در امور خصوصی سازی را از جمله موانع مدیریتی فراروی خصوصی سازی در ورزش دانسته است (۳۸). احمدی (۱۳۸۵) مشکلات مدیریتی را از جمله موانع خصوصی سازی در ورزش دانسته است (۴۲). امیرحسینی (۱۳۸۶) وجود نیروی انسانی کارآمد را به عنوان یکی از موارد اثرگذار بر سرمایه‌گذاری خارجی در ورزش کشور مطرح نموده است (۳۱). هودا (۲۰۰۱) یکی از مؤلفه‌های اثرگذار بر جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی در ورزش را جنبه‌های مدیریتی عنوان نموده است (۱۸). جانگ لیم و همکاران (۱۹۹۴) عوامل مدیریتی را به عنوان یکی از مهمترین موارد اثرگذار بر سرمایه‌گذاری در ورزش مطرح نموده است (۳۴). برونزتین (۱۹۹۸)، نشان داد جذب سرمایه‌گذاری خارجی تحت تأثیر سطح مهارت نیروی انسانی و کیفیت آموزشی آنها می‌باشد (۲۶).

در حیطه عوامل اطلاع‌رسانی-بازاریابی نتایج تحقیق نشان می‌دهد که هر چه اطلاع‌رسانی اقتصادی، مالی و فنی روشنتر و دقیقتر، رعایت حقوق ثبت و علائم تجاری بیشتر باشد و هر چه کیفیت بازاریابی و مدیریت آن از استاندارد بالاتری برخوردار باشد جریان سرمایه‌گذاری خارجی روند بهتری را مشاهده خواهد نمود. مواردیکه مرادی و همکاران (۱۳۹۲)، الهی (۱۳۸۶) و میچی و آگتون (۲۰۰۵)، به آن پرداخته‌اند (۱۱ و ۱۲ و ۴۵). مرادی (۱۳۹۲) عدم وجود اطلاعات مناسب در نهادهای فوتبال را از جمله موانع جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی در صنعت فوتبال دانسته‌اند (۱۱). الهی (۱۳۸۶) بهره‌گیری اندک از متخصصان بازاریابی ورزشی و کمبود آژانس‌های تخصصی بازاریابی ورزشی در نهادهای فوتبال را از جمله موارد اثرگذار بر جذب حامیان مالی در صنعت فوتبال ایران دانسته است (۱۲). میچی و آگتون (۲۰۰۵) بیان کردند که حامیان مالی اغلب از تیم‌هایی حمایت می‌کنند که اطلاعات مالی و شفافیت مالی مناسبی دارند (۴۵). علاوه بر این کشاکش (۲۰۰۴)، بیان داشت که وجود اطلاعات شفاف و کامل اقتصادی در مورد یک ورزش خاص از مهمترین ابزارهای تصمیم‌گیری شرکت‌ها برای حمایت مالی (به عنوان نوعی از سرمایه‌گذاری خارجی) از ورزش به شمار می‌رود و این وظیفه سازمان‌های ورزشی است که به طور جامع اطلاعاتی را در اختیار حامیان مالی قرار دهند تا این شرکت‌ها با در دست داشتن اطلاعات لازم بتوانند محاسبات هزینه-سود را برای ورود به عرصه ورزش انجام دهند (۴۶). هودا (۲۰۰۱) نیز اطلاع‌رسانی شفاف در بخش‌های اقتصادی و مالی را یکی از محورهای اصلی در امر جذب سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی در ورزش دانسته است (۱۸).

در حیطه عوامل فرهنگی و اجتماعی نتایج تحقیق با یافته‌های توایتس و آگویلار (۱۹۹۸)، رهبر و همکاران (۱۳۸۶)، احمدی (۱۳۸۶)، امیرحسینی (۱۳۸۶)، نورائی (۱۳۸۴) و عباسی (۱۳۸۳) و احمدی (۱۳۸۵) و پاداش (۱۳۹۰) همخوانی دارد (۱۷ و ۱۴ و ۲۰ و ۳۱ و ۳۲ و ۳۳ و ۳۹ و ۴۰). توایتس و آگویلار (۱۹۹۸)، رهبر و همکاران (۱۳۸۶)، احمدی (۱۳۸۶)، نورائی (۱۳۸۴) و عباسی (۱۳۸۳) نشان دادند ساختار فرهنگی و اجتماعی حاکم بر جامعه، از جمله عوامل و عللی‌اند که می‌توانند نقش تعیین‌کننده در تصمیم‌گیری اشخاص و گروه‌ها در امر سرمایه‌گذاری، بویژه

سرمایه گذاری خارجی دارند (۱۷ و ۱۴ و ۲۰ و ۳۲ و ۳۳). امیرحسینی (۱۳۸۶) موانع فرهنگی - اجتماعی را از جمله موارد بسیار اثرگذار بر جذب سرمایه گذاری خارجی در ورزش حرفه ای کشور دانسته است (۳۱). احمدی (۱۳۸۵) عدم تبلیغ و فرهنگسازی مناسب مطبوعات و صدا و سیما نسبت به بخش خصوصی ورزش را از جمله موارد در جلب سرمایه های بخش خصوصی دانسته است (۴۲). پاداش (۱۳۹۰) درصد اهمیت ورزش در مجموعه برنامه های توسعه اقتصادی - اجتماعی ورزش کشور، درصد اهمیت در مجموعه برنامه های توسعه، ویژگی های فرهنگی مذهبی، اجتماعی جامعه را از مهمترین موارد اجتماعی مؤثر بر خصوصی سازی در ورزش کشور دانسته است (۳۹).

**نتیجه گیری نهایی:** از آنجایی که خصوصی سازی مقدمه ای بر جذب سرمایه گذاری خارجی است (۴۷) و از آنجایی که کل ساختار اقتصادی کشور دولتی است، ضرورت دارد به مقوله خصوصی سازی به شکل ویژه ای پرداخته شود تا از این طریق، زمینه حضور انواع سرمایه گذاران و شرکت های فراملیتی در کشور فراهم شود.

#### References:

1. Khataii, M. (1991) Open financial markets and credit. Monetary and Banking Research Institutions Publisher [Persian].
2. Mahdavi, A. (1996) Economic growth and investment. Forest Publisher [Persian].
3. Najarzade, R. (1997) Effect of foreign direct investment and economic growth with an emphasis on the Petroleum Exporting Countries. Economic Research. Vol. 23 Pp.147-164 [Persian].
4. AkbariTalarPoshti, E. (1995) Barriers to foreign investment in Iran from a legal perspective. Ms thesis, Islamic Azad University, Tehran Branch [Persian]
5. ParsaMehR, M ; Niknejhad, M ; Rasoolinejad, p. (2013) Motivations related to supporting youth football (Case Study: Yazd University students). Journal of sport Management and action behavior. No. 19. Pp 187- 196 [Persian].
6. Kashgar, Sara. Ghasemi, Hamid. Nazari, Alireza. (2013) The loyalty of football fans and the role of television in promoting it. Journal of sport Management and action behavior. Vol. 19. Pp 111- 124 [Persian].
7. Khabiri, M ; Ghafari, H ; Elahi, A (1996). Compare the Islamic Republic of Iran Professional League clubs and clubs with UEFA criteria selected. Journal of Motion. No, 12. Pp.87-104 [Persian].
8. MohammadKazemi, R. (2007) Developing marketing mixes football industry and comparison with South Korea and Japan. PhD thesis, Kharazmi University [Persian].
9. Edmans, A; Norli, Q (2005). Football and stock returns, Paper prepared for the 32nd annual meeting of the European Finance Association, Moscow.
10. Izadi, A. (1996) Sponsorship in Iran's Football industry. Ms thesis, Kharazmi University [Persian].
11. MoradiChaleshtori, J; Moradi, M; NoroozianGhahfarokhi, S; Jafari, A. (2013) The Study of effective economical barriers on foreign investment attraction in I.R.Iran's Football industry. Journal of sport management. No, 5. Pp: 129-147 [Persian].
12. Elahi, A. (2007) The barriers and solutions in economy of football industry. PhD thesis, Tehran University [Persian].
13. Physical Education Organization of Iran. (1996). Study of Sport Financial Resources. Vol, 1. Green Apple Publisher. Tehran [Persian].
14. Rahbar, F; MozafaryeKhamene, F; Mohamadi, Sh. (2007) The Study of barriers factors on foreign investments in Iran. Journal of economical research. No:81.Pp:138-111 [Persian].

15. Moradichaleshtori, J; Sabunchi, R; Moradichaleshtori, M; Foroughipoor, H. (2009) The Study of effective Institutional barriers on foreign investment attraction in I.R.Iran's Football industry. 7th international Congress of Physical Education. Tehran [Persian].
16. Behkish, M. (2006) Iran's Economy in path of Commercialization. Nay Publisher.Tehran[Persian].
17. Thwaites, D ; Aguilar-Manjarraz, R. (1996). Sport Sponsorship Development among leading Canadian Companies .Motpllier, France: Forth European Congress on Sport Management.
18. Huda.H Al-Khaja. (2001) Investors` Opinions about Sports Marketing in Bahrain, the Sport Journal, 4(4).
19. Moradi Chaleshtori, J; Saboonchi, R; Moradi Chaleshtori M. Jafari, A. (2010). The role of economical factors on foreign investments attraction in Iran's Football industry. 15th European College of Sport Science, Turkey.
20. AhmadiHadid, B.(2007) The Study of Effective factors on foreign investments in Iran. Ms Thesis, Tehran University [Persian].
21. Moradichaleshtori, J; Moradichaleshtori, M. (2011) The role of structural factors on foreign investments attraction in Iran's Football industry. 6th National Congress of Physical Education Students. Tehran University [Persian].
22. Cho-Min, L; Yen-Hsien, L; Chien-Liang, C. (2009) Structural changes in foreign investors' trading behavior and the corresponding impact on Taiwan's stock market. Research in International Business and Finance. Vol, 23. Pp: 78-89.
23. Jafarnejad, A; Golnam, A; AleEbrahim, N. (2009) Determinants of Foreign Direct Investment in Iran: An Empirical Study Using Structural Equation Modeling, Middle East FORUM, Vol. 1, Issue, 9, pp. 71-85. Available at SSRN: <http://ssrn.com>[Persian].
24. Joint Committee on Taxation. (2008) Economic Efficiency and Structural Analyses of Alternative U.S. Tax Policies for Foreign Direct Investment (JCX-55-08), June 25, 2008. This document can also be found on website at [www.jct.gov](http://www.jct.gov).
25. Koike, R. (2004) Japan's Foreign Direct Investment and Structural Changes in Japanese and East Asian Trade. Journal of Monetary and Economic Studies. Vol, 22. Pp: 145-182.
26. Borenztein, J; De Gregorio, L. (1998) How does Foreign Direct Investment Affect Economic Growth? Journal of International Economics, Vol, 45. Pp: 115-185.
27. Nauro,C; Yuko,K. (2008) Foreign Direct Investment and Structural Reforms: Evidence from Eastern Europe and Latin America. International Monetary Fund. WP/08/26.
28. Matija, R; Damijan, J. (2008) Relocation via foreign direct investment from old to new EU member states: Scale and structural dimension of the process. Structural Change and Economic Dynamics. Vol. 19. Pp: 53-65.
29. Wanda, T; Zeberg, H. (2002) Foreign Direct Investment in China: Some Lessens for Other countries. International Monetary Fund.
30. Chakraborty,Ch ;Nunnenkamp, p .(2006) Economic Reforms, Foreign Direct Investment and its Economic Effects in India, Kiel working paper NO, 1272.
31. AmirHosseini, E. (2007) Foreign Investment in Iran's professional clubs. M.s thesis. Esfahan University [Persian].
32. Nurayee, M. (2005) The attraction of Foreign Investment in Iran. Ms Thesis, Islamic Azad University, Tehran Branch[Persian].

33. Abbasi, M. (1996) The Study of Foreign Direct Investment in Iran. Ms Thesis, Tehran University [Persian].
34. Gerrard, B. (2006) the economics of association football, vol 2, Edward Elgar publishing limited.
35. Saini, A; Zubaidi, B; Hook, S. (2010) Foreign direct investment, economic freedom and economic growth: International evidence, *Economic Modeling*. Vol, 27. Pp: 1079-1089.
36. Kumar, S; Yap Co, C. (2011) China's economic cooperation related investment: An investigation of its direction and some implications for outward investment. *China Economic Review*, Vol, 22. Pp: 75-87.
37. Gharakhani, H. (2011) The Study of Important Privatization economical factors Barriers in Iran's Football Clubs. *Journal of research and sport Science*. Vol,2. No: 9. Pp: 125-138[Persian].
38. Amiri, M. (2013). The Explanation of Privatization and Sport Development. *Journal of sport management*. No 5. Pp: 83-106[Persian].
39. Padash, D, Soltan Hosseini, M, Khabiri. (2011) Privatization and Social-Legal Factors in Sport Clubs. *Journal of Sport management*. No 11. Pp: 11-52[Persian].
40. Tajarlu, R. (2003) Privatization in Iran's Football. First National Congress of Sport Management. National Olympic and Paralympics Academy of Iran [Persian].
41. Moradichaleshtori, J; Moradichaleshtori, M; Sabunchi, R; Forughipoor, H. (2011). The role of civil-legal factors on foreign investments attraction in Iran's Football industry. 2th National Congress of Sport Management. Shahrood University [Persian].
42. Ahmadi, A. (2004) Privatization in Orumeye's Clubs. First National Congress of City and Sport. Tehran [Persian].
43. Huang, Y. (2006) An analysis of Sport Business in the Great China region from a strategic perspective. *International Journal of Sport Management and Marketing*, Vol 1, NO.4, Pp 349 - 358.
44. Jang Lim, B; Rho, H; Kim, T; Chung, U; Kang, S; Park, J. (1994) Priorities of Financial Investments in Mass Sport in Korea, *journal of sport management*, Vol, 8. Pp:78-91.
45. Michie, J; Oughton. C. (2004) Competitive Balance in Football: Trends and effects, University Of London, Football Governance Research Center. Research Paper. No 18. Pp: 36-52
46. Keshock, Ch. (2004) The effects of Economic Impact Information on the Attitudes of Potential Sports Sponsors Operating in Mid-size and Small College Communities. PhD thesis, Florida State University.
47. Sinn, H; Alfonse, J. (1997) Foreign Direct Investment, Political Resentment and The Privatization Process in Eastern Europe. *Economic Policy*. Vol, 34.Pp, 179-210.