

در دست انتشار و غیر قابل انتشار

مقاله پژوهشی: توسعه درآمدزایی و توجه به فرآیندها در حوزه ورزش حرفه ای با تاکید بر مبانی امنیت اقتصادی

میترا ابراهیمی^۱، بهرام قدیمی^۲، کاوه خبیری^۳، شیوا آزاد فدا^۴، سیدمحمدصادق مهدوی^۵

تاریخ پذیرش: ۹۸/۱۰/۱۴ تاریخ دریافت: ۹۸/۱۰/۰۷

چکیده

هدف از این پژوهش بررسی رویکرد توسعه درآمدزایی و توجه به فرآیندها در حوزه ورزش حرفه ای با رویکرد امنیت اقتصادی است. روش این پژوهش، در حقیقت راهبردی است که در بر گیرندهی پیش فرضهای فلسفی طرح تحقیق و نیز چگونگی جمع آوری دادههاست. رویکرد آمیخته که شامل روشهای کمی و کیفی بود استفاده شد. پس از تأیید روایی صوری و محتوای پرسشنامه را در اختیار ۱۳۹ نفر از واجدین شرایط قراردادده شد. در تحلیل عاملی اکتشافی برای تجزیه و تحلیل ۵۰ گویه پرسشنامه اولیه از روش تحلیل عناصر اصلی با چرخش عمودی و تکنیک واریماکس استفاده شد. نمونه های انتخاب شده برای تحلیل کفایت میکند. آزمون بارتلت در سطح ۰/۰۰۱ معنادار میباشد. که حاکی از مناسب بودن ماتریس همبستگی برای تحلیل عاملی دادهها میباشد. در پژوهش حاضر نیز با حذف گویه هایی که بار عاملی آنها کمتر از ۰/۵ بود، تعداد ۹ گویه حذف شد. علاوه براین، با انجام تحلیل عاملی اکتشافی و دوران عمودی، نه عامل اصلی شناسایی گردید. معیار در نظر گرفتن بار هر عامل در هر پژوهش متفاوت می باشد. در سطح خطای ۰,۰۵ و آزمون دوطرفه (پیش فرض نرمال) مقادیر بحرانی اعداد ۱,۹۶ و ۱,۹۶- میباشد. همانگونه نتایج نشان داد یکی از عوامل موفقیت ورزش حرفه ای توجه به درآمدزایی و فرآیندها در حوزه امنیت اقتصادی ورزش است. به نظر می رسد از طریق بازار یابی نوین همچون تأسیس فروشگاهها، فروش برند باشگاه، تبلیغات، ساخت فروشگاهها و لوازم ورزشی با برند باشگاه، ساخت و احداث موزهها، فروش بازیکنان، پخش بازی در شبکه های اینترنتی درآمد زایی

کلیدواژهها: درآمدزایی، توسعه فرایندها، ورزش حرفه ای، امنیت اقتصادی

^۱ دانشجوی دکتری تخصصی جامعه شناسی ورزشی، دانشکده علوم انسانی، گروه جامعه شناسی و علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران.

^۲ دانشیار، عضو هیات علمی گروه، جامعه شناسی و علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران (نویسنده مسئول) Dr.b.ghadimi@gmail.com

^۳ استادیار، عضو هیات علمی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد آشتیان، رئیس مرکز مطالعات بین الملل خلاقیت و نوآوری در علوم

^۴ استادیار، عضو هیات علمی گروه تربی بدنی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال.

^۵ استاد تمام، دانشگاه شهید بهشتی

Investigating Monetization Development Approaches and Paying Attention to Processes in Professional Sport: A Case Study with Emphasis on the Principles of Economic Security

Mitra Ebrahimi, Bahram Ghadimi, Kaveh Khabiri, Shiva Azadfada, Seyed Mohammad Sadegh Mahdavi*

Abstract

The aim of this study was to investigate the monetization development and pay attention to processes in professional sport with economic security approach. Because any amateur and professional sporting activity that enhances the value added of sporting goods and services is effective on economic security. The methodology of this research is, in fact, a strategy that encompasses the philosophical assumptions of the research design as well as how to collect data. A mixed approach involving both quantitative and qualitative methods was used. After confirming the face validity and content of the questionnaire, 139 eligible people were provided. In exploratory factor analysis, for analysis of 50 basic questionnaires, vertical element rotation analysis and varimax technique were used to select the samples sufficient for analysis. The Bartlett test is significant at the 0.001 level. In the present study, 9 questions were removed by eliminating items with a factor load less than 0.5. In addition, nine exploratory factors were identified by exploratory and vertical factor analysis. The criteria for considering the load of each factor in each research are different; some researchers use a cut-off point of at least 0.30 and some use a cut-off point of maximum of 0.55. The model is in significant coefficients. At the 0.05 error level and the two-sided test (normal default) the critical values of the numbers are -1.96 and 1.96. As the results showed, one of the factors contributing to the success of the sports industry is economic security. Further Investigations are suggested.

Keywords: Income Generation, Process Development, Professional Sport, Economic Security

*PhD student in Sociology of Sport, Science and Research Branch of Islamic Azad University, Tehran, Iran.

†Associate Professor, Department of Sociology, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran (Corresponding Author)
Dr.b.ghadimi@gmail.com

‡Assistant Professor, Head of the Center for International Studies, Faculty Member, Islamic Azad University, Ashtian Branch, Iran.

§Assistant Professor, Faculty Member, Department of Physical Education, Islamic Azad University, North Tehran Branch, Iran.

¶Professor of Shahid Beheshti University

مقدمه

ورزش حرفه ای، گونه‌ای از بازارهای اقتصادی است، که در آن افراد، شرکت‌ها، کسب‌وکارها و سازمان‌های درگیر در تولید، تسهیل، ترویج یا سازماندهی بر فعالیت‌های ورزشی متمرکز می‌باشند. محصولات عرضه شده به خریداران در این بازار، شامل: کالا، خدمات، اشخاص، مکان‌ها یا ایده‌هایی می‌باشند، که بصورتی با ورزش مرتبط هستند. گسترش و توسعه این حوزه، با فراهم آوردن امکانات پیشرفته و قابل دسترس، تجهیزات، کالا، خدمات و حمایت‌های مالی، نقش مهمی در توسعه ورزش دارد. هر کس که دانش مقدماتی در حوزه علم اقتصاد داشته باشد یا مطالعاتی هر چند پراکنده و سطحی در این حوزه انجام داده باشد، می‌تواند یک دیدگاه مفید در ذهن خود ایجاد نماید. بیان این موارد به عنوان یک مسئله موثر در امنیت اقتصادی نشان می‌دهد که یکی از اصلی‌ترین و اساسی‌ترین زیرساخت‌های توسعه اقتصادی، «امنیت اقتصادی» است. مسأله امنیت تضمین‌کننده مؤلفه‌های توسعه اجتماعی، توسعه اقتصادی و محافظت از محیط زیست است. در حقیقت تصور توسعه پایدار، بدون در نظر گرفتن مقوله امنیت، تصویری موهوم و خیالی است. علیرغم اهمیت مسأله «امنیت اقتصادی»، متأسفانه شاهد آن هستیم که در دهه‌های اخیر توجه چندانی بدان نمی‌شود. در حال حاضر ورزش چه از بعد عملی و چه از بعد نظری در تولید و مصرف کالاها و خدمات ورزشی و توسعه اقتصادی جوامع مختلف نقش اساسی داشته است (آکساکال و همکاران^۱، ۲۰۱۳). هنگامی که بخشی به عنوان یک بنگاه درآمدزا دیده می‌شود، به دنبال این هستند که مشخص نمایند چه نقشی را می‌تواند در اقتصاد کشورها و بویژه امنیت اقتصادی ایفا کند. با بررسی‌هایی که در این زمینه انجام شده است، مشخص شد که سهم ورزش می‌تواند بین نیم تا ۲ درصد و حتی در برخی کشورهای پیشرفته تا ۳ درصد اقتصاد کشورها را به خود اختصاص می‌دهد و این شد که دیدگاه اقتصادی به ورزش روز به روز پررنگ‌تر شده است. در هر زمینه‌ای از فعالیت، عوامل بی‌شماری وجود دارند که به صورت بنیادی نتایج مورد انتظار را تحت تأثیر قرار می‌دهند. لذا راهبرد در صورتی می‌تواند همراه با توفیق و کامیابی باشد که این عوامل تحت کنترل قرار گرفته و با مهارت به کار گرفته شوند. این عوامل، عوامل کلیدی موفقیت در امنیت اقتصادی نام دارند (ابویی اردکان، ۱۳۹۳). این نکته از آن حیث دارای اهمیت و ضرورت است که، هنگامی که رقابت بین بازارها افزایش می‌یابد، نه تنها چالش‌های رودرروی سازمان‌ها شامل طراحی استراتژی‌های رقابتی می‌شود بلکه اجرای سریع و اثربخش آن‌ها را نیز دربر می‌گیرد. در حال حاضر در کشورهای پیشرفته ورزش و تفریحات سالم به عنوان یک صنعت بسیار مهم عاملی موثر در رشد و توسعه اقتصاد ملی به شمار می‌رود. این صنعت ریشه‌های خود را به سرعت در تمام گستره دنیا دوانده و باور نموده تا میلیاردها انسان از آن به طریقی بهره‌مند گردند. در حال حاضر ورزش چه از بعد عملی و چه از بعد نظری در تولید و مصرف کالاها و خدمات ورزشی و توسعه اقتصادی جوامع مختلف نقش اساسی داشته است (اخوان، ۱۳۹۳).

همانطور که پیشتر ذکر آن رفت، «امنیت اقتصادی» یکی اصلی‌ترین و اساسی‌ترین زیرساخت‌های توسعه اقتصادی است. مکاتب مختلف اقتصادی پیرامون «توسعه اقتصادی» نظریات و راهکارهای مختلفی را ارائه کرده‌اند، لکن به ندرت در آثار ایشان اشاره

^۱Aksakal, E, Dağdeviren, M, Eraslan, E, & Yüksel, İ

مستقیمی به «امنیت اقتصادی» رفته است، هر چند اغلب ایشان به موضوع «امنیت» اشاره و تأکید داشته اند. عدم تعیین دقیق عناصر سازنده امنیت اقتصادی موجب تفاسیر مختلف از این مفهوم اساسی شده است. امنیت اقتصادی یکی از مهمترین ابعاد امنیت ملی و از اصول مهم و زیرساخت های اساسی کشورها برای دستیابی به توسعه اقتصادی و ارتقای سطح رفاه اجتماعی محسوب می شود و از این رو همیشه مورد توجه سیاستگذاران و برنامه ریزان اقتصادی کشورها بوده است. فقدان امنیت برای فعالیت اقتصادی، از مفهوم ریسک و عدم اطمینان مجزا است. در شرایط ریسک، فعالان اقتصادی با دو احتمال در حرکت اقتصادی خود روبرو هستند که یکی سود بیشتر و دیگری سود کمتر خواهد داشت. در فضای عدم اطمینان، فعال اقتصادی با بیش از دو گزینه روبرو است که هیچ کدام از گزینه های احتمال موفقیت و شکست در آنها مشخص نیست. اما در شرایط ناامنی او اوضاع پیچیده تر از دو حالت قبلی است، چرا که در این حالت، دولت ها در ایجاد کالای عمومی امنیت ناتوان هستند و چشم انداز هر فعالیت اقتصادی، تقریباً هیچ سودی را احتمال نمی دهد. با توجه به رویکرد سازمانها به مثابه سیستم باز، تعیین این عوامل می تواند در تدوین استراتژی های مناسب و هم راستا با نیاز محیطی بسیار مؤثر و کارساز باشد. بسیاری از اندیشمندان و متخصصان حوزه کسب و کار، بر هماهنگی فعالیتها و سیاست گذاری های نگاههای اقتصادی و محیط تأکید کرده اند و از سویی بر نقش پررنگ این هماهنگی و هم راستایی در جهت دستیابی به موفقیت، صحنه گذاشته اند (گرت، ۲۰۱۰). باشگاههای حرفه ای در ایران فقط به رقابت ورزشی می پردازند و از رقابت تجاری که دارای ابعاد و تاثیرات بیشتری است، غافل هستند و این در حالی است که در کشورهای صاحب نام ورزش از جمله انگلستان و به ویژه فوتبال، به علت نوع مالکیت باشگاهها که اغلب به شکل شرکت تجاری می باشند، علاوه بر رقابت ورزشی در درون زمین، رقابت بسیار زیادی برای کسب درآمد بیشتر در خارج از میدان مسابقه وجود دارد و این امر باعث شده تا این باشگاهها در هر دو حیطه موفقیت های بسیار زیادی را کسب کنند (امیری، ۱۳۹۰). لذا شناسایی عوامل درآمدزا و توجه به فرآیندها بسیار حائز اهمیت است. از آنجاییکه، امنیت اقتصادی عبارت است از آزادی از هر نوع ترس، شک و ابهام در عدم اجرای تعهدات و مطالبات و در عین حال حصول اطمینان از برخورداری از ثمره فعالیت هایی که در زمینه تولید ثروت و مصرف آن صورت می گیرد. امنیت اقتصادی، وضعیت باثباتی از شرایط و ساختار فعلی و افق معلوم و روشنی از آینده است که در آن فرد، جامعه، سازمان و دولت احساس رهایی از خطر کرده و به طور بهینه می توانند به تولید، توزیع و مصرف ثروت بپردازند.

از طرفی، ضرورت جهانی شدن ورزش که از دهه ۱۹۸۰ آغاز شد موجب تفسیر نقش ورزش جامعه گردید و فرصت های درآمد زایی بسیاری را برای افراد موسسات و رسانه های مختلف ایجاد نمود (بنار، ۱۳۹۲). یکی از مهمترین عواملی که موجب پیوند رویدادهای ورزشی و اقتصاد شده است تبلیغ به معنای القای فکر و یا ایده ای است که به منظور توسعه و گسترش آن در فرد یا گروه صورت می گیرد. تبلیغ یک کالا یا یک خدمت در عرصه اقتصاد بویژه در بازاریابی و فروش به عنوان روشی برای مشخصات کالا یا خدمتی معین می باشد، به گونه ای که در سایه آن نگرش مشتری برای خرید و یا بدست آوردن آن بیشتر از قبل باشد (بهبودی، ۱۳۹۴). اگر ساختارهای مختلف ورزش در جهان را مطالعه کنیم، متوجه می شویم که در دیگر کشورها وزارت ورزش و جوانان وجود ندارد؛ معمولاً به صورت تخصصی، وزارت ورزش هستند یا کمیته های المپیک یا ورزش و بهداشت و یا

ورزش آموزش و پرورش، وظیفه هدایت و رهبری ورزش کشورشان را بر عهده دارند. مدل ورزش و جوانان، در معدود کشورهای دنیا، آن هم در کشورهای عرب حاشیه خلیج فارس دیده می شود. اطلاعات دقیقی از سهم ورزش در تولید ناخالص ملی وجود ندارد اما اولین بررسی مربوط به سالهای ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۴ است و نشان داد که: سهم صنعت ورزش از GDP ایران تقریباً ۱/۱ درصد است که به طور معنی داری کم تر از شاخص جهانی بوده است و نشان می دهد آمار فعلی نسبت به آمار قب دارای رشد بوده است اما کماکان نیاز به افزایش دارد (به نقل از ترابی، ۱۳۹۴). باشگاههای حرفه ای ورزشی، بنگاههای اقتصادی صنعت ورزش به شمار می روند. بدیهی است توسعه این باشگاهها، به طور مستقیم از دو جنبه تجاری و ورزشی، بر توسعه ورزش تأثیر خواهد داشت.

بنابراین، جامعه بشری اکنون بیش از هر زمان دیگری با کمبود منابع نیازهای متنوع مواجه است و تلاش می کند تا با استفاده از منابع محدود موجود، پاسخگویی قسمتی از نیازهای نامحدودش باشد. با توجه به وابستگی شدید درآمدزایی در ورزش کشور شرایطی را فراهم نموده است که نیازمند ارائه راهکارهای موثر و مدون می باشد. لذا با توجه به موارد فوق این سوال مورد نظر است که آیا توجه به فرآیندها درآمدزایی چقدر در پیشرفت ورزش حرفه ای به عنوان یک صنعت و بنگاه اقتصادی، موثر است. بنابراین هدفی که این مقاله دنبال می نماید این است که توسعه درآمدزایی و توجه به فرآیندها در حوزه ورزش حرفه ای با تاکید بر مبانی امنیت اقتصاد چگونه است.

مبانی نظری

هنگامی که رقابت بین بازارها در حوزه صنعت ورزش، افزایش می یابد نه تنها چالش های رودرروی ساختارهای موثر شامل طراحی استراتژی های رقابتی می شود، بلکه اجرای سریع و اثربخش آنها را نیز دربر می گیرد. مدیریت راهبردی، به عنوان وسیله ای برای بالا بردن امکانات شناخته می شود. هنگامی که تجزیه و تحلیل موقعیت انجام می شود، مدیران باید محیط بیرونی صنعت ورزش را مورد توجه قرار دهند (حاجی صادقی، ۱۳۹۰). تحلیل این مستند این است که شرایط بیرونی و درونی از جمله مهمترین و اصلی ترین موارد موثر بر امنیت اقتصادی ورزش با توجه به رویکرد درآمدزایی هستند. "عوامل حیاتی موثر بر درآمدزایی در ورزش، اشاره به حوزه های محدودی در هر پروژه یا کسب و کار دارد که چنانچه به نتایج مطلوب منجر شوند، مزیت و کارایی رقابتی مناسبی را برای حوزه ورزش و بویژه ورزش حرفه ای به همراه خواهند داشت." همچنین از این عوامل به عنوان اصطلاحاتی برای عنصری که برای سازمانها یا پروژهها ضروری است تا از طریق آن به مأموریتشان دست پیدا کنند نام برده است و اصطلاح درآمدزایی در جهان برای اولین بار در جهت تجزیه و تحلیل داده ها و کسب و کار به کار برده شده است (ساریخانی، ۱۳۹۰، ۸۳).

بی شک «امنیت اقتصادی» یکی از اساسی ترین ملزومات ایجاد توسعه پایدار اقتصادی است. یک نکته اصلی در خصوص امنیت اقتصادی، ایجاد باور وجود امنیت اقتصادی در میان تمامی لایه های اقتصادی و اجتماعی کشور است. بدیهی است وجود چنین باوری اثرات بسیار درخشانی در روند رو به رشد کشور خواهد داشت. پروسه تجزیه و تحلیل عوامل کلیدی درآمدزایی در یک

سازمان با بررسی، تشخیص و تعیین مأموریت بنیادین سازمان شروع می‌شود. مأموریت بنیادین سازمان غالباً در بیانیه مأموریت بیان می‌شود که منظور از آن جمله یا عبارتی است که بدان وسیله هدف یک سازمان از هدف سازمان مشابه متمایز گردد و مبین وجود علی سازمان است (سلیمانی، ۱۳۸۹). برای این منظور تعیین اهداف بلند مدت در هر سازمان نیز حائز اهمیت است. اهداف بلندمدت را نیز می‌توان به صورت نتایج خاصی که سازمان می‌کوشد در تأمین مأموریت بنیادین خود به دست آورد، گنجانید. منظور از دوره بلندمدت دوره ای است که بیش از یک سال باشد. از آن نظر این اهداف برای موفقیت سازمان لازم و ضروری هستند که تعیین کننده تعالی سازمان می‌باشند (شعبانی، ۱۳۹۶) و در نهایت در مرحله آخر، دستورالعمل‌های دستیابی به این اهداف تعیین می‌شوند. این دستورالعمل‌ها باید فاکتورهای بنیادین مؤثر در نیل به اهداف باشند. در این مرحله است که می‌توان عوامل کلیدی را تعیین کرد و زنجیره ای برای آن‌ها در نظر گرفت. پیامد این تجزیه و تحلیل می‌تواند زنجیره ای از عوامل کلیدی موفقیت و نهایتاً لیستی از دستورالعمل‌های لازم برای کسب درآمد بیشتر در حوزه امنیت اقتصادی باشد (ضیایی، ۱۳۹۴). تحلیل این نکته نشان می‌دهد که دستورالعمل‌های موجود به سبب برخی تاثیرات که بر درآمدزایی و بالتبع امنیت اقتصادی ورزش می‌گذارند به نظر از کارآمدی کافی برخوردار نیستند.

کشورهای متعددی هستند که با صدور بازیکنهای ورزشی، برگزاری مسابقات مختلف ورزشی، انجام معاملات ورزشی، توانسته اند خود را از سایر کشورها، متمایز نمایند. از آن جمله کشورها، می‌توان از برزیل یاد کرد. این کشور حدود نیم قرن پیش، در دهه ۶۰-۷۰ میلادی، به مرز ورشکستگی اقتصادی رسیده بود. مقامات سیاسی این کشور در نشستی، مقرر کردند که چه تعداد بازیکن و مربی ورزشی و چگونه به جهان صادر کنند و با این روش و در کنار صادرات دیگر همچون کائوچو و ... توانستند اقتصاد ورشکسته خود را نجات دهند. همچنین هافر و شندل^۱ (۱۹۷۸) برای اولین بار بیان می‌کنند که؛ عوامل کلیدی موفقیت در کسب درآمد به عنوان عوامل استراتژیکی هستند که توسط مدیریت می‌توانند تحت تأثیر قرار گیرند و وظایفی هستند که در آن باید مدیران و به ویژه در حوزه ورزش به منظور بهبود جایگاه رقابتی بنگاهشان برتری داشته باشند (محمدپور، ۱۳۹۴). بنابراین، مصاحبه‌هایی که با مدیران به‌خصوص مدیران ارشد صورت می‌گیرد باعث آشکار شدن نیازهای اطلاعاتی آن‌ها و در نتیجه روشن شدن نیازهای اطلاعاتی برای هر یک از فعالیت‌ها و واحدهای عملیاتی تحت نظارت آنها می‌شود که در نهایت نیازهای اطلاعاتی کل ساختار و مجموعه مؤثر بر موفقیت حوزه امنیت اقتصادی در ورزش به دست می‌آید. قدم اول برای تعیین شیوه‌های تصمیم‌گیری موردنیاز هر مدیر، درک اطلاعات موردنیاز آنها است. یک روش برای به دست آوردن نیازهای اطلاعاتی مدیریت، استفاده از تکنیک تحلیل تصمیم‌گیری است. در این فرآیند ابتدا اهداف و مأموریت‌های سازمان شناسایی و سپس موفقیت برای هر هدف تعیین می‌شود و از آنجا که مأموریت‌ها در قالب ساختار به مأموریت معاونان یا بخش‌های اصلی ساختارهای وابسته به آنها تقسیم می‌شود، عوامل موفقیت مدیران هر بخش شناسایی می‌گردد. در این رویکرد تصور بر آن است که ساختار و سازمان مؤثر بر موفقیت صنعت ورزش اهداف، مأموریت‌ها و استراتژی‌های مشخصی دارد و مدیران مافوق هر بخش نیز بهترین و

آگاه‌ترین افراد برای تعیین عوامل موفقیت هستند (آرنودینا و همکاران، ۲۰۱۰). از رویکرد نقد و تحلیل این مورد می‌توان اشاره کرد که نگرش به ورزش به عنوان یک صنعت درآمد زا بسیار اهمیت دارد در حال حاضر این صنعت به نظر ناکارآمد می‌رسد. وقتی فعالیت‌های مرتبط با ورزش را از دیدگاه اقتصادی بررسی می‌کنیم، می‌توان از پیشوند بنگاه اقتصادی یا صنعت برای ورزش استفاده کرد. به عبارت دیگر می‌توان ورزش را صنعت ورزش دانست. همچنین تعریف مذکور همه شاخه‌های ورزشی را شامل می‌شود، چه آنها که توسط بخش خصوصی صورت می‌گیرد و چه آنهایی که توسط دولت‌ها برنامه‌ریزی و اجرا می‌شود و چه آنهایی که به صورت مشترک یا با نظارت و حمایت دولت‌ها انجام می‌شود. یکی از تبعات دولتی بودن ورزش در ایران، عدم به کار بستن تئوری‌های اقتصادی در ورزش است، نداشتن دید اقتصادی باعث کاهش بهره‌وری خواهد شد؛ در نتیجه در کشور، ما شاهد ظهور تیم‌های مختلفی در لیگ هستیم ولی عمر آنها کوتاه است و به علت عدم تطابق هزینه‌ها با درآمد حاصل از این فعالیت از صحنه خارج می‌شوند. اساساً می‌توان گفت اصلی‌ترین ویژگی ساختاری امنیت اقتصادی در ورزش در کشور ما، دولتی بودن آن است. تنها راه پایداری و اقتصادی شدن ورزش در کشور و افزایش سهم آن در تولید ناخالص داخلی، اصلاح ساختار ورزش از یک طرف و به کارگیری و حاکمیت اندیشه اقتصادی در فرایند تولید، توزیع و مصرف محصولات این صنعت است تا از اتلاف و اسراف منابع جلوگیری شود (بایی، ۲۰۱۳). منظور از استفاده از نظریه‌های اقتصادی در فعالیت‌های ورزشی این نیست که همه فعالیت‌های بشری بر مبنای اقتصاد باشد و مسوولیت اجتماعی و اخلاقی در این صنعت را نادیده بگیریم؛ بلکه منظور این است که اعتدال رعایت گردد. علاوه بر توجه به جنبه‌های اخلاقی و ارزشی یک پدیده، داشتن مسوولیت اجتماعی و توجه به مصلحت جامعه در تولید، توزیع و استفاده از این محصول، ابعاد اقتصادی نیز نباید فراموش شود؛ زیرا نهادهایی که فعالیت‌های ورزشی را سامان می‌دهند اگر بخواهند این نهادها را غیر اقتصادی اداره کنند و ورود اقتصاد به این عرصه را حاکمیت پول در این صنعت تلقی کنند و در یک کلام صرفاً به یک بنگاه خیریه‌یی تبدیل شوند، در آن صورت در بلندمدت ورشکسته خواهند شد و البته همان فعالیت‌های سودآور را هم نمی‌توانند ادامه دهند. بنابراین یک بنگاه هر چقدر هم خیریه‌یی باشد، نمی‌تواند نسبت به مسائل اقتصادی کاملاً بی‌اعتنا باشد.

با مطالعه پیشینه تحقیقات انجام شده، به موارد مستند می‌توان اشاره کرد، از آنجمله: معماری و همکاران (۱۳۸۸) به تبیین مدل سازی و بررسی کارایی مدل چهار عاملی آمیخته بازاریابی صنعت خدمات ورزش کشور پرداختند و عنوان کردند که، هدف از این تحقیق، مدل سازی آمیخته چهارعاملی بازاریابی صنعت خدمات ورزش کشور بود. روش تحقیق از نوع کیفی و کمی بود و از طریق تهیه پرسشنامه ۴۵ سوال پاسخ بسته که روایی محتوایی آن توسط استادان دانشگاه تایید و ضریب پایایی آن ۰/۹۲ ($P < 0.01$) تعیین شده بود. مدیریت قیمت گذاری، محور اصلی و تنها عامل قابل دستکاری برای مدیران عامل در این مدل است. مدیریت مکان، در بهره برداری از انرژی هزینه شده در این بازار با مدیریت محصول شریک شده و از این نظر نتایج قابل توجهی را مطرح کرده و موانعی را نیز ایجاد کرده است. همچنین بر اساس این مدل، مدیران از عامل مدیریت ترویج به عنوان ابزاری برای کنترل مدیریت مکان و محصول بهره می‌برند. سید عامری و همکاران (۱۳۸۸) به بررسی موانع جذب حامیان مالی در صنعت

ورزش استان آذربایجان شرقی پرداختند و عنوان کردند که سرمایه گذاری حامیان در صنعت ورزش به عنوان عنصر آمیخته بازاریابی ورزشی، از منابع اصلی و رایج در این صنعت به شمار می رود. با این حال، موانعی در راستای جذب حامیان مالی در صنعت ورزش وجود دارد. مدیران و مسوولین ورزشی بایستی با بهره گیری از متخصصان بازاریابی ورزشی، ایجاد شرایط مناسب جهت ارتباط بهتر دولت با شرکت ها، پوشش رسانه ای، تبلیغات و اماکن و امکانات مناسب تبلیغاتی و نیز با جذب بازیکنان و مربیان مشهور، در راستای رفع موانع جذب حامیان مالی ورزشی شرایط مناسب و بهینه ای را ایجاد نمایند تا حامیان با اطمینان بیشتری در این صنعت سرمایه گذاری نمایند. رویکرد تحلیلی به این نتایج نشان می دهد یکی از نکات اساسی توجه به قیمت گذاری و قوانین و دستورالعمل های مرتبط است.

احمدی و همکاران (۱۳۹۲) به تحلیلی بر چالش های جهانی شدن در سازمان های دولتی ایران (مطالعه موردی: چهار وزارتخانه علوم، تحقیقات و فناوری، فرهنگ و ارشاد اسلامی، صنعت معدن و تجارت و ورزش و جوانان) پرداختند و اظهار کردند که با توجه به اهمیت پدیده جهانی شدن، در این تحقیق بر آن بودیم که به تحلیل چالش های سازمان های دولتی کشورمان در مواجهه با جهانی شدن بپردازیم. تعداد راهکارهایی برای مقابله با مهم ترین چالش ها به صورت کلی برای چهار بعد از ابعاد هشتگانه ارائه نمودیم و با استفاده از نظرات خبرگان میزان عملی بودن این راهکارها را به صورت فازی سنجیدیم و راهکارهای مناسب و متناسب با شرایط فرهنگی موجود کشورمان را برای استفاده متخصصان و مدیران، سیاست گذاران و محققان معرفی نمود. پژوهش مرادی چالستری و همکاران (۱۳۹۲) در مقاله " بررسی موانع اقتصادی اثرگذار بر جذب سرمایه گذاری خارجی در صنعت فوتبال جمهوری اسلامی ایران"، پرداختن به موانع اقتصادی اثرگذار بر جذب سرمایه گذاری های خارجی در صنعت فوتبال ایران است. یافته های این پژوهش نشان می دهد که بین عامل اقتصادی و جذب سرمایه گذاری های خارجی در صنعت فوتبال ایران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و در بین عوامل اثرگذار بر بهبود وضعیت موجود، خصوصی سازی و حضور در بورس بیشترین بار عاملی را به دست آورده اند. براساس این چارچوب ابتدا ارکان جهت ساز تعیین شده و راهبردهای کلان و اهداف راهبردی مرتبط با هریک از ۴ منظر مدل کارت امتیازی متوازن (مالی، مشتری، فرایندهای کلیدی و رشد و یادگیری) استخراج می شود، سپس عوامل کلیدی موفقیت متناظر با این ۴ منظر شناسایی و با توجه به نتایج فرایند بهینه کاوی و نظرات نخبگان و کارشناسان صنعت (از طریق پرسشنامه)، اولویت بندی و رتبه بندی شده و در نهایت شاخص های کلیدی عملکرد (KPI) متناظر با هر عامل کلیدی موفقیت تعیین می شوند. این اولویت بندی بر اساس محاسبه میانگین متوازن نظرات کارشناسان صنعت روی هر یک از عوامل کلیدی موفقیت انجام می گردد. مورد دیگر که به عنوان نقد و تحلیل نتایج مورد نظر است این است که استفاده از کارشناسان خبره و آگاه به صنعت ورزش نیز الزامی است.

رضوی و همکاران به بررسی تأثیر بازارهای مالی بر رفتار قیمت نفت خام سنگین در مدت کوتاه پرداخته اند. برای این منظور از تکنیک GARCH چند متغیره و داده های سری زمانی روزانه نفت خام سنگین ایران در بازارهای مختلف طی سال های ۲۰۰۵ الی ۲۰۱۳ استفاده کرده اند. نتایج حاصل شده از این پژوهش نشان می دهد تأثیر تغییر شاخص بازار سرمایه بر قیمت نفت خام ایران مثبت بوده و نیز اثر تغییر شاخص بازار پول (نرخ بهره) بر نفت خام منفی است. از مهمترین علل تأثیر منفی نرخ بهره،

افزایش هزینه های نگهداری و ذخیره سازی نفت خام و در نتیجه تقاضا برای آن در بازارهای نقدی است همچنین، نتایج نشان می دهد که استفاده از نفت خام اورال برای تعیین قیمت نفت خام سنگین ایران در بازارهای مدیترانه و شامل غرب اروپا، سیگنال نادرست می دهد (رضوی و همکاران، ۱۳۹۳). توجه و تحلیل این نتایج حکایت از این دارد که اقتصاد تک قطبی متکی به نفت می تواند ضمن آثار گسترده و موثر بر عدم رشد صنایع مختلف غیر نفتی بر صنعت ورزش نیز اثرگذار باشد. لی لی (۲۰۱۵) به بررسی این مطلب می پردازد که چگونه توسعه و اجرای یک عملکرد مدیریتی قوی که بتواند به مدیران سازمان های ورزشی با چالش های عملکردی چندگانه ای که این سازمان ها با آن مواجه اند، بطور بالقوه کمک نماید. زیرساخت های نظری از یک ابزار عملکردی مدیریت بر اساس اطلاعاتی از سابقه مدیریت بومی ورزش و دیدگاه بدست آمده از مدیریت اجرایی سازمان ها در رابطه با موضوع عملکرد مدیریت، ارائه شده است. سانتس، آلو، میلز^۱ (۲۰۱۴) مقاله ای با عنوان عوامل کلیدی موفقیت طرح های مدیریت فرایند کسب و کار در سازمان های دولتی برزیل ارائه دادند و عوامل کلیدی موفقیت را به این ترتیب عنوان نمود: تعریف روشنی از حاکمیت مدیریت فرایند کسب و کار، تمرکز کافی بر مشتریان سازمان، وجود تجربه کافی گروه پیاده سازی مدیریت فرایند، برقراری ارتباطات و هماهنگی مؤثر در روند پیاده سازی مدیریت فرایند کسب و کار، اطلاع رسانی دقیق و درک کافی به افراد در مورد الزامات پیاده سازی مدیریت فرایند کسب و کار، ایجاد و مدیریت مناسب گروه پیاده سازی مدیریت فرایند کسب و کار، وجود آموزش مناسب و کافی، برخورداری از مدیریت و رهبری شایسته سازمان، فرهنگ سازمانی مناسب و وجود زیرساخت های مناسب است. مقاله گیمستر^۲ و همکاران (۲۰۱۳) مروری بر متون اندازه گیری سرمایه انسانی در بازارهای ورزشی و امور مالی شرکت های بزرگ دارد. سپس این دو زمینه تحقیقاتی را مقایسه و مقابل هم قرار می دهد، همچنین نشان می دهد که مطالعات بسیاری در هر دو زمینه ارتباطات قابل جایگزین با پایه مشترک دارند. هدف نهایی پژوهش، ارتباط این دو زمینه تحقیقاتی برای فهم جبران و عملکرد و در نتیجه استفاده از آن در صنعت کسب و کار ورزشی است. لیو و همکاران (۲۰۱۷) به بررسی دیدگاه صنعتی ورزش در چین پرداختند و اظهار داشتند که: رشد صنعت ورزش چین فرصت های زیادی برای ورزش و سازمان های غیر ورزشی در داخل و خارج کشور به ارمغان آورده است؛ با این وجود، بزرگ شدن نیز چالش های بسیاری را برانگیخته است. چین تا حد زیادی، به مناطق جدید کسب و کار جدید ورزشی تعلق دارد. مطالعات در این موضوع خاص به الهام بخشیدن بیشتر به تحقیق علمی کمک کند و در نهایت بهبود فرمول بندی و پیشرفت صنایع ورزشی قوی در چین را بهبود بخشد.

^۱Miles
^۲Gamester

روش‌شناسی

با توجه به پارادایم تحقیق، روش تحقیق، در حقیقت راهبردی است که در بر گیرنده‌ی پیش فرض‌های فلسفی طرح تحقیق و نیز چگونگی جمع‌آوری داده‌هاست، سعی در شناخت و چگونگی تبیین پدیده در بستر واقعی، پیروی از پارادایم کیفی ناگزیر بوده ایم. از طرفی، نیاز به بررسی وضعیت مدل و اجزای آن بصورت توصیفی حداقل در ورزش کشور نیازمند به کارگیری روش‌های کمی بود، لذا با توجه به پارادایم پژوهش و ابعاد و شاخص‌های مورد وثوق در این تحقیق از روش تحقیق میکس متد یا ترکیبی استفاده شده است و لذا هر دو رویکرد کمی و کیفی بود استفاده شد (سرمد و همکاران، ۱۳۸۳). لذا در بخش اول که بصورت کیفی انجام شد، کلیه مدیران ارشد و متخصصین وزرات ورزش جامعه آماری را تشکیل دادند. پس از اتمام مصاحبه و رسیدن به حالت اشباع و اجماع در پاسخ‌ها مصاحبه را قطع نموده و پرسشنامه اولیه طراحی و چندین بار برای تأیید روایی محتوی و صوری پرسشنامه را در اختیار متخصصین قرار داده شد و استخراج مفایم صورت گرفت. بنابراین جامعه آماری در مرحله کیفی شامل ۱۵ نفر از مدیران ارشد ورزش و روسای فدراسیون‌ها بودند. ، در این تحقیق از مصاحبه‌ی عمیق به عنوان اصلی‌ترین ابزار جمع‌آوری داده‌ها استفاده شد. در این مطالعه، محقق تمامی مصاحبه‌ها را هدایت نمود. اتخاذ این رویه باعث شد تا محقق بتواند اطلاعات حاصل از مصاحبه‌های پیشین را در مصاحبه‌های بعدی به کار بندد.

الف) حجم نمونه کیفی: نمونه‌ها براساس تنوع داده‌ها تا مرحله اشباع مطالعه می‌شوند. بنابراین با توجه به اصل کفایت داده‌ها، تا جایی ادامه می‌دهیم که حجم نمونه طی فرایند تحقیق و براساس حصول کفایت یا اشباع اطلاعاتی/نظری تعیین شود. در این پژوهش با توجه به ویژگی‌های جامعه مورد مطالعه و خبرگان فهرستی از مصاحبه شونده‌گان تهیه شد. تعداد مصاحبه شونده‌گان ۱۵ نفر بود.

ب) حجم نمونه کمی: در مرحله کمی نیز با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس تعداد ۱۳۹ نفر از مدیران ارشد صنعت ورزش در وزارت ورزش و جوانان، فدراسیون جهانی ورزش‌های بین‌دانشگاهی انتخاب و پس از تأیید روایی صوری و محتوای پرسشنامه تنظیم گردید را در اختیار ۱۳۹ نفر از واجدین شرایط قرار داده شد. روایی و پایایی ابزار: بدون وجود دقت علمی، پژوهش (کمی یا کیفی) بی‌ارزش بوده و مطلوبیت خود را از دست می‌دهد. برای تعیین روایی، از ابزار تعیین روایی صوری و محتوای و سازه استفاده شد. پرسشنامه تنظیم شده بر اساس متن مصاحبه با افراد واجد شرایط، قبل از توزیع به تأیید چند تن از اساتید و خبرگان موضوع رسید. بر این اساس دو مولفه: بعد درآمدزایی و بعد فرآیندها تبیین شد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها و یافته‌های تحقیق

همانطور که پیش از این ذکر گردید، دو بعد درآمدزایی و فرآیندها بررسی شد. برای آزمون پایایی از آلفای کرونباخ برای هر دو عامل فرعی استفاده شد. که در جدول (۱) ارائه شده است:

جدول (۱) ضریب آلفای کرومباخ برای متغیرهای شناسایی شده

مؤلفه	تعداد سؤالات	تعداد سؤالات در پرسشنامه	آلفای کرومباخ
۱	بعد درآمدزایی	۹ سوال	۰/۸۳۲
۳	فرآیندها	۴ سوال	۰/۷۳۹

مفاهیم اولیه‌ای که از تحلیل محتوا حاصل شده، است نشان می‌دهد که از کدگذاری باز نتایج به دست آمده است تبیین کننده آن است. شاخص‌های شناسایی شده همان گزاره‌های کلامی هستند که از پاسخ به سؤالات به دست آمده و بعد از استخراج کلیه این گزاره‌های کلامی، برخی دارای اشتراک بودند که بر اساس ادبیات و مبانی نظری موجود دسته‌بندی شدند و براساس آن مفاهیم ثانویه شکل گرفتند. برای آماره‌های توصیفی متغیرها به سراغ سؤالات اختصاصی پرسش نامه رفتیم که با استفاده از نمره گذاری طیف لیکرت استخراج شده‌اند و در نهایت آماره‌های توصیفی مربوط به هر متغیر در ادامه ارائه شده‌اند.

جدول (۳) آماره‌های توصیفی برای متغیرهای پژوهش

	بعد درآمدزایی	فرآیندها
تعداد	۱۳۹	۱۳۹
میانگین	۳/۵۸۹۱	۳/۵۴۵۰
انحراف معیار	۰/۵۸۳۹۷	۰/۷۳۸۷۲
چولگی	-۰/۰۶۱	۰/۰۰۵
کشیدگی	-۰/۵۱۰	-۰/۷۱۸

از سوی دیگر، ضریب برجستگی شاخصی است که میزان برجستگی یا ارتفاع یک توزیع نسبت به توزیع نرمال را نشان می‌دهد، که در مورد توزیع نرمال کشیدگی صفر است، ضریب برجستگی مشاهدات در تمامی متغیرها از توزیع نرمال پیروی می‌نماید.

جدول (۴) آماره‌های توصیفی برای متغیرهای پژوهش

	بعد درآمدزایی	بعد فرآیندها
Z	۰,۹۶	۰,۹۹
معناداری	۰,۳۴۷	۰,۱۷
نتیجه	توریع نرمال	توریع نرمال

در تحلیل عاملی اکتشافی برای تجزیه و تحلیل گویه های پرسشنامه اولیه از روش تحلیل عناصر اصلی با چرخش عمودی و تکنیک واریماکس استفاده شد و مقدار شاخص پایایی بر اساس ضریب الفای کرونباخ KMO معادل $0/809$ بنابراین چون شاخص به یک نزدیک است. نمونه‌های انتخاب شده برای تحلیل کفایت می‌کند. آزمون بارتلت در سطح $0/001$ معنادار می‌باشد. که حاکی از مناسب بودن ماتریس همبستگی برای تحلیل عاملی داده‌ها می‌باشد. علاوه بر این، با انجام تحلیل عاملی اکتشافی و دوران عمودی، نه عامل اصلی شناسایی گردید. معیار در نظر گرفتن بار هر عامل در هر پژوهش متفاوت می‌باشد؛ برخی از پژوهشگران از نقطه برش حداقل $0/30$ و برخی دیگر از نقطه برش حداکثر $0/55$ استفاده می‌کنند (کاظم نژاد و همکاران، ۱۳۹۰) در پژوهش حاضر نیز با حذف گویه هایی که بار عاملی آن‌ها کمتر از $0/5$ بود تعداد ۹ گویه حذف شد.

جدول (۵) نتیجه آزمون بارتلت و شاخص KMO پرسشنامه

$0/809$		مقدار شاخص KMO
۱۶۵۲/۱۰۲	مجذور X^2	آزمون کرویت بارتلت
۲۳۷	درجه آزادی	
$0/001$	سطح معنی داری	

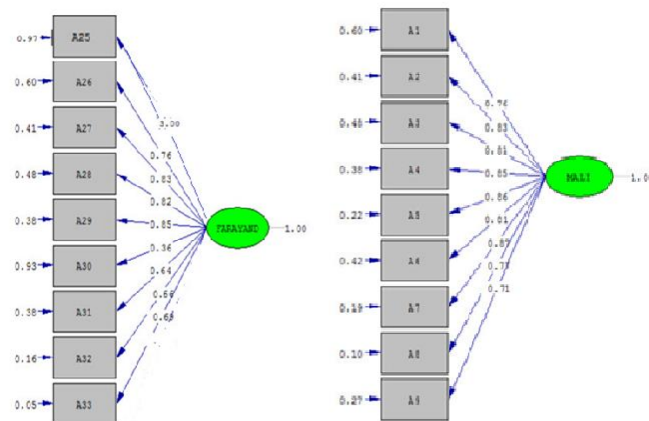
برای تحلیل عوامل از روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی استفاده شده است. شاخص‌های آماری پرسشنامه در جدول (۶) نشان می‌دهد که عامل‌های مورد بررسی دارای مقادیر بالاتر از یک می‌باشند و به ترتیب $19/006$ و $13/483$ درصد و روی هم رفته $32/489$ درصد واریانس کل را تبیین می‌کنند.

جدول (۶) شاخص‌های آماری پرسشنامه درآمدزایی و فرآیندها

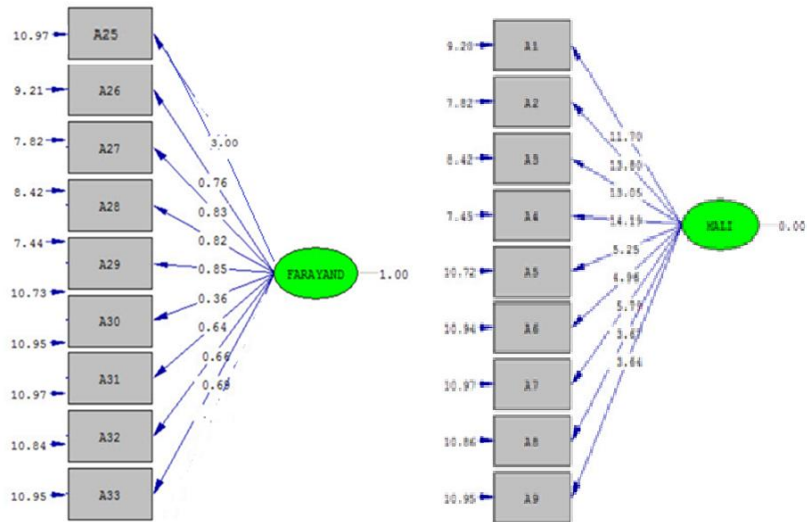
شاخص	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد تراکمی واریانس تبیین شده
مؤلفه اول	$7/973$	$19/006$	$19/006$
مؤلفه دوم	$5/649$	$13/483$	$32/489$

شکل (۱) مدل اندازه گیری متغیرهای مکنون (بعد درآمدزایی) را در حالت تخمین استاندارد نشان می‌دهد. بارهای عاملی مدل در حالت تخمین استاندارد میزان تأثیر هر کدام از متغیرها و یا گویه‌ها را در توضیح و تبیین واریانس نمرات متغیر یا عامل اصلی نشان می‌دهد. به عبارت دیگر بار عاملی نشان دهنده میزان همبستگی هر متغیر مشاهده گر (سؤال پرسشنامه) با متغیر مکنون (عامل‌ها) می‌باشد. در این شکل می‌توان بارهای عاملی هر یک از سؤالات تحقیق را مشاهده نمود. برای مثال بار عاملی سؤال دوم در بعد درآمدزایی $0/83$ می‌باشد. به عبارت دیگر سؤال اول تقریباً 83 درصد از واریانس متغیر شاخص‌های درآمدزایی را تبیین

می‌نماید. مقدار ۰/۴۱ نیز مقدار خطا می‌باشد (مقدار واریانسی که توسط سؤال اول قابل تبیین نیست، واضح است که هر چه مقدار خطا کمتر باشد ضرایب تعیین بالاتر و همبستگی بیشتری بین سؤال و عامل مربوطه وجود دارد). از طرفی، پارامترهای بدست آمده مدل اندازه گیری متغیرهای مکنون (بعد توسعه فآیندها) را نشان می‌دهد که تمامی ضرایب بدست آمده معنادار شده‌اند. مقادیر آزمون معناداری بزرگتر از ۱,۹۶ یا کوچکتر از -۱,۹۶- نشان دهنده معناداری بودن روابط است. مبنای تائید یا رد شدن فرضیات (معناداری روابط) بررسی مدل در حالت ضرایب معناداری است. در سطح خطای ۰,۰۵ و آزمون دوطرفه (پیش فرض نرمال) مقادیر بحرانی اعداد ۱,۹۶ و -۱,۹۶- می‌باشند. چنانچه ضرایب معناداری بیشتر از ۱,۹۶ و یا کوچکتر از -۱,۹۶- باشند فرض صفر رد و فرض یک یعنی وجود ارتباط معناداری تائید می‌شود.



شکل (۱) مدل اندازه گیری متغیرهای مکنون ابعاد درآمد زایی و فرآیندها در حالت تخمین استاندارد
 شکل (۲) معناداری ظرایب و پارامترهای بدست آمده مدل اندازه گیری متغیرهای مکنون (بعد درآمدزایی) را نشان می‌دهد که تمامی ضرایب بدست آمده معنادار شده‌اند. مقادیر آزمون معناداری بزرگتر از ۱,۹۶ یا کوچکتر از -۱,۹۶- نشان دهنده معناداری بودن روابط است. مبنای تائید یا رد شدن فرضیات (معناداری روابط) بررسی مدل در حالت ضرایب معناداری است. در سطح خطای ۰,۰۵ و آزمون دوطرفه (پیش فرض نرمال) مقادیر بحرانی اعداد ۱,۹۶ و -۱,۹۶- می‌باشند.



شکل (۲) مدل اندازه گیری‌های متغیرهای مکنون درون زا در حالت ضرایب معناداری

اگرچه شاخص مجذور کای معنادار بود، ولی با توجه به این که این شاخص در مواردی که حجم نمونه بالاست معنادار می‌شود، قابل اغماض هست. در عوض به جای شاخص مجذور کای به تفسیر شاخص دیگری به نام نسبت مجذور کای بر درجه آزادی می‌پردازند. (X^2/df)

جدول (۷) شاخص‌های برازش مدل ساختاری بعد درآمدزایی و توسعه فرآیند

GFI	IFI	CFI	AGFI	NFI	RMSEA	X^2/df	X^2	Df	شاخص درآمدزایی
۰/۹۱	۰/۹۱	۰/۹۱	۰/۹۱	۰/۹۳	۰/۰۷۰	۲/۷۰	۷۲/۹۶	۲۷	مقدار
GFI	IFI	CFI	AGFI	NFI	RMSEA	X^2/df	X^2	Df	شاخص توسعه فرآیندها
۰/۹۰	۰/۹۲	۰/۹۲	۰/۹۳	۰/۹۱	۰/۰۶۵	۲/۵۳	۶۸/۴۶	۲۷	مقدار

در متغیر درآمدزایی، حاصل تقسیم شاخص مجذور کای بر درجه آزادی برابر با ۲/۷۰ است که در مقایسه با مقدار بحرانی ۵ شاخص قابل قبولی است. شاخص ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA) در این مدل برابر با ۰/۰۷۰ است که حد مجاز حد مجاز RMSEA، ۰/۰۸ است. شاخص‌های GFI, AGFI و NFI بترتیب برابر با ۰/۹۱، ۰/۹۱ و ۰/۹۳ می‌باشد که نشان دهنده برازش بسیار مناسبی می‌باشند. با توجه به این که مقادیر این شاخص‌ها بالای ۰/۹ است، در نتیجه نشانگر برازش خوب مدل هستند. در مورد مولفه دوم که توسعه فرآیند است، حاصل تقسیم شاخص مجذور کای بر درجه آزادی برابر با ۲/۵۳ است که در مقایسه با مقدار بحرانی ۵ شاخص قابل قبولی است. شاخص ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA) در این مدل برابر با ۰/۰۶۵ است که حد مجاز RMSEA، ۰/۰۸ است. شاخص‌های GFI, AGFI و NFI بترتیب برابر با ۰/۹۰، ۰/۹۳ و ۰/۹۲ می‌باشد که نشان دهنده برازش بسیار مناسبی می‌باشند و با توجه به این که مقادیر این شاخص‌ها بالای ۰/۹ است، در نتیجه نشانگر برازش

خوب مدل هستند.. آماره t محاسبه شده در تمام قسمت‌های مدل نشان می‌دهد که مقادیر به دست آمده با درجه آزادی ۲۳۸ و آلفای ۰/۰۵ بزرگ‌تر از مقدار t بحرانی هستند. لذا مشخص می‌شود که بین میانگین‌های مشاهده شده و میانگین جامعه تفاوت معناداری وجود دارد و در نتیجه، درجه تناسب مدل ارائه شده از نظر متخصصین دارای اعتبار بالایی است و با اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار گرفته است.

نتیجه گیری

برای برقراری امنیت اقتصادی، لازم است قوانین روشن و شفاف در این زمینه وجود داشته باشد که خوشبختانه در این بخش مشکلی در کشور وجود ندارد و اسناد بالا دستی قوانین و مقررات مکفی در این زمینه دارند. پس از آن وجود یک تشکیلات اجرایی قوی به نظر می‌رسد که باید الزاماً عهده دار اجرای این قوانین و مقررات شود. پایش مستمر حرکت اقتصادی کشور در تمامی حوزه‌ها و زمینه‌ها، تدوین، تنظیم و تصویب قوانین، مقررات و آیین‌نامه‌های مفید، مؤثر و بروز متناسب با فعالیت‌های اقتصادی امروزی جهت برقراری امنیت در حوزه اقتصاد، حمایت دولت و دولتمردان از نیروهای امنیتی، ارائه آموزش‌های مفید و هدفمند در جهت توجیه هر چه بهتر این نیروها، از جمله اقداماتی است که می‌تواند فضای اقتصاد کشور را در راستای رشد آن بهبود و تسریع بخشد.

این ضعف می‌تواند به وسیله شبکه‌های رسانه‌ای خارجی جبران شود، باید به سازمان لیگ و باشگاه‌ها اجازه داده شود که حق پخش بازی‌ها را به رسانه‌های خارجی بفروشند. همچنین به باشگاه‌ها باید اجازه تأسیس شبکه‌های تلویزیونی اختصاصی داده شود، تأسیس شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی خصوصی زیر نظر دولت و صداوسیما ملی می‌تواند تنها به توسعه درآمدزایی بلکه به توسعه سایر بخش‌های کشور نیز کمک کند. بخش دیگر منابع مالی باشگاه همکاری با صنایع و شرکای تجاری است. بخش اعظم درآمدهای تجاری یک باشگاه را درآمدهای حاصل از عقد قرارداد با شرکای تجاری یا حامیان تشکیل می‌دهد (دلویت، ۲۰۱۲). بنابراین باشگاه‌ها برای اینکه بتوانند مهم‌ترین موانع موجود بر سر راه درآمدهای حاصل از عقد قرارداد با شرکای تجاری را رفع نمایند. عدم ثبت نشان تجاری باشگاه‌ها، نبود قانون انحصار مارک در کشور و عدم اقتصاد رقابتی در کشور بیشتر شرکت‌های بزرگ دولتی از تهدیدات و نقاط ضعف درآمدزایی به شمار می‌آیند (بایون^۲ و همکاران، ۲۰۱۲). باشگاه‌های معتبر در جهان از دو جنبه رقابتی به ورزش می‌نگرند. یک جنبه از آن، رقابتی است که بین باشگاه‌های حرفه‌ای درون زمین مسابقه وجود دارد. جنبه دیگر، همان رقابت تجاری موجود بین باشگاه‌های حرفه‌ای است که در آن هر یک سعی می‌کنند سالانه مبالغ هر چه بیشتر را به سود عملیاتی باشگاه خود بیفزایند. گفتنی است، بین این دو نوع رقابت ورزشی و تجاری ارتباط تنگاتنگی وجود داشته و هر یک متقابلاً بر دیگری تأثیر می‌گذارد. از اینرو لازم است مدیران باشگاه‌ها دارای توانایی و مهارت‌های لازم برای اداره یک واحد اقتصادی-تجاری باشند. به عنوان مثال در لیگ حرفه‌ای فوتبال به عنوان یکی از نمادهای صنعت و بنگاه داری ورزشی، در

حال حاضر لیگ حرفه ای فوتبال در ایران است که از ۱۶ تیم تشکیل شده است. از یک سو و در یک نگاه کلی اکثر باشگاه‌های حرفه ای فوتبال را می‌توان در سه گروه وابسته به صنایع دولتی، وابسته به نیروهای نظامی و انتظامی و وابسته به وزارت ورزش تقسیم بندی نمود. وابستگی باشگاه‌های فوتبال کشور به دولت باعث شده تا آنها نتوانند از نظر مالی و مدیریتی به خودکفایی برسند. در حال حاضر آن چه در صنعت ورزش ایران تحت عنوان بازاریابی ورزشی مدنظر قرار می‌گیرد، منحصر به فروش بلیط و حمایت نا چیز حامیان مالی از برخی باشگاه‌ها است. برای تغییر در این مسیر نیازمند همکاری افراد حرفه ای در زمینه بازاریابی ورزشی است تا پیچیدگی حاصل از تعامل حجم گردش پولی و شاغلان در این بخش را اداره نماید. الهی در مطالعه خود، نشان داد که به فعالیت‌های بازاریابی در صنعت ورزش به صورت بسیار سطحی نگریسته می‌شود. تحقیقات انجام شده در این زمینه بر ایجاد کمیته بازاریابی قوی و تخصصی در سطوح فدراسیون، سازمان لیگ و باشگاه‌ها و تدوین طرح‌های بازاریابی در کمیته‌های مذکور تاکید نموده‌اند. (الهی، ۱۳۹۵ و معماری، ۱۳۸۶). طبیعی است که چنین موضوعاتی کمک شایانی را به افزایش درآمد حاصل از تبلیغات، تماشاگران، حامیان مالی و سایر منابع درآمدی خواهد داشت. ژانگ و ژانگ (۲۰۰۹) خصوصی سازی را موجب بهبود رفاه اقتصادی و اجتماعی در تسهیلات ورزشی می‌دانند تی سامنی^۲ و همکاران (۲۰۱۰) معتقدند که خصوصی سازی موجب بهبود خدمات، افزایش رضایت مشتریان، بهبود آموزش کارکنان و کارایی تولید می‌شود. شجاع الدین (۱۳۹۰) به بررسی نقش دولت در روند خصوصی پرداخت. نتایج تحقیق وی نشان داد بی توجهی به عوامل سیاسی در جامعه به عدم موفقیت در زمینه خصوصی سازی منجر خواهد شد عسکرزاده (۱۳۹۱) عنوان می‌کند که نگرش سیاسی مدیران با میزان جذب سرمایه گذاری در حوزه خصوصی سازی ورزش رابطه مثبت و معنی داری دارد. خسروی زاده (۱۳۹۳) در تحقیقی نشان داد که سرمایه گذاری مشارکت بخش خصوصی در ورزش به ترتیب با موانع اقتصادی، اطلاعاتی و بازار سرمایه، مدیریتی، قانونی و حقوقی، فرهنگی و اجتماعی، حمایتی و تشویقی، و سیاسی مواجه است.

به نظر می‌رسد از طریق بازار یابی نوین همچون تأسیس فروشگاه‌ها، فروش برند باشگاه، تبلیغات، ساخت فروشگاه‌ها و لوازم ورزشی با برند باشگاه، ساخت و احداث موزه‌ها، فروش بازیکنان، پخش بازی در شبکه‌های اینترنتی درآمد زایی داشته باشد. البته نکته حائز اهمیت در خصوص این روش‌های نوین این است که مالکیت معنوی و حق کپی رایت در کشور رعایت شود. انتظار می‌رود که مقاله حاضر از با رویکردی نوآورانه در پیشرفت دانش در حوزه امنیت اقتصادی در ابعاد درآمدزایی و فرآیندها به عنوان فاکتورهای موثر بر موفقیت در ورزش حرفه ای کمک ناچیزی کرده باشد. بر اساس ماهیت تحقیق که تبیین و مدل‌سازی بود، پیشنهادهای برخاسته از تحقیق، پیشنهادهایی برای محققان دیگر به تفکیک و به شرح زیر ارائه می‌شود:

- برای عدم وابستگی و دخالت دولت در باشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود باشگاه‌های ایران در اولین اقدام برای موفقیت به عنوان یک شرکت ثبت و به بخش خصوصی واگذار و وزارت ورزش نقش نظارتی بر آنها را داشته باشند.

- اگر باشگاه‌های ایرانی حرکت به سمت خصوصی‌سازی به سودآوری نمایند، سرمایه‌گذاران و تأمین‌کنندگان منابع مالی در بازارهای پول و سرمایه به آن‌ها روی خوش نشان خواهند داد که با ایجاد درآمد زایی در امنیت اقتصادی موثر خواهد بود.
- همچنین به سبب نقش بالای اسپانسرینگ در منابع درآمدی پیشنهاد می‌شود مدیران ورزشی با همکاری بخش بازاریابی خود با صنایع، سازمان و نهادهای ملی و استانی و حتی بخش خصوصی در خارج کشور جهت جذب سرمایه اقدام کنند.
- آژانس‌های تخصصی بازاریابی در صنعت ورزش، باعث ارتباط بین صنایع و ساختار ورزش می‌شوند و از این طریق، سود زیادی را نصیب طرف‌های معامله می‌کند.
- برای درآمد زایی بیشتر به ساخت مجموعه‌های تندرستی برای فراغت مردم، تولید لوازم و ابزار آلات ورزشی شامل نرم افزار و سخت افزار اقدام کنند.
- همچنین حفظ و نگهداری هواداران از جمله دیگر موارد ضروری برای درآمدزایی است، لذا حمایت از هواداران برای افزایش وفاداری آن‌ها به تیمشان را باید توسعه داد.

منابع:

- احمدی سیدعلی اکبر، جعفری محسن (۱۳۹۲) "تحلیلی بر چالش‌های جهانی شدن در سازمان‌های دولتی ایران (مطالعه موردی: چهار وزارتخانه علوم، تحقیقات و فناوری، فرهنگ و ارشاد اسلامی، صنعت معدن و تجارت و ورزش و جوانان)" نشریه: مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی (مطالعات راهبردی جهانی شدن): تابستان ۱۳۹۲، دوره ۴، شماره ۱۱؛
- اخوان، امیر ناصر و آرمان معتمدی (۱۳۹۳). بررسی عوامل بحرانی موفقیت توسعه محصول جدید در شرکت‌های دانش بنیان مستقر در شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان، اولین همایش ملی حسابداری، حسابرسی و مدیریت، اصفهان، موسسه آموزش عالی جامی
- امیری، مجتبی. جشنی آرانی، مجتبی. خالویی، علی. هاشمیب ازار، سیدمرتضی. (۱۳۹۰) عوامل حیاتی موفقیت در مدیریت فرایند کسب و کار. دومین همایش ملی مدیریت فرایندهای. سازمانی، مرکز همایش‌های علمی جهاد دانشگاهی دانشگاه تهران. صفحات ۱ تا ۶
- بنار، نوشین؛ احمدی، نسرين و کریمی، فریبا. (۱۳۹۲). بررسی مشکلات ورزش قهرمانی زنان استان گیلان. نشریه مدیریت منابع انسانی در ورزش، (۱)، ۲۵-۱۱
- بهبودی داوود، برزگری دین آباد اسماعیل، (۱۳۹۴) "حلیل تجربی فشارهای زیست محیطی تولید ناخالص داخلی در ایران" نشریه: جغرافیا و برنامه ریزی: زمستان ۱۳۹۴، دوره ۱۹، شماره ۵۴؛ از صفحه ۴۳ تا صفحه ۶۰.
- ترابی، تقی؛ قربانی، مهسا؛ باقری، میثم؛ طریقی، سمانه. (۱۳۹۴). پرورش‌های نوین تأمین مالی باشگاه‌های فوتبال در کشورهای توسعه یافته و بررسی تطبیقی آن با کشورهای در حال توسعه. فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه گذاری، سال چهارم، شماره سیزدهم، ۲۱۷-۲۳۱
- حاجی صادقی، بهناز. نیرومند، پوراندخت. رنجبر، محبوبه. (۱۳۹۰) "چارچوب سنجش میزان آمادگی پیاده‌سازی سیستم مدیریت فرایند کسب و کار در شرکت برق منطقه ای تهران". فصلنامه مطالعات مدیریت بهبود و تحول، شماره ۶۳، ۱۸۳-۲۰۱
- زنگنه، ص، عناصر موثر در ایجاد ثبات و استقرار بازار، تارنمای خبری تحلیلی خبر آنلاین، ۱۳۹۱/۰۷/۲۸، <http://www.khabaronline.ir>
- ساریخانی، ناهید، بخشی، فریده و طاهری، مرضیه (۱۳۹۲). جامعه شناسی ورزش زنان. تهران: انتشارات آوای ظهور.
- سلیمانی دامنه، جهانگیر (۱۳۸۹). ارزیابی عملکرد تیم‌های لیگ برتر فوتبال ایران با استفاده از تکنیک‌های مدیریتی و تلفیق با تکنیک‌های ریاضی. پایاننامه

کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی

سید عامری، (۱۳۸۹) " رابطه بین توانمندسازی، تعهد سازمانی و تعهد شغلی کارکنان اداره کل تربیت بدنی استان تهران " نشریه مدیریت ورزشی، مقاله ۸، دوره ۲، شماره ۷، زمستان ۱۳۸۹

شعبانی بهار، غلامرضا؛ ایزدی، علیرضا؛ گودرزی، محمود؛ هنری، حبیب. (۱۳۹۶). تدوین برنامه راهبردی بازاریابی باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران به روش SWOT. پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۶(۲) ۳۴-۲۱

ضیایی بابک*، ناهید مجتبی، طوطی فرطهران پور محمدمهدی (۱۳۹۴) بررسی تاثیر ابعاد سرمایه فکری در تشخیص فرصت های کارآفرینانه صنعت ورزش شهر تهران "نشریه: مدیریت ورزشی (حرکت): آذر و دی ۱۳۹۴، دوره ۷، شماره ۵؛ از صفحه ۶۵۷ تا صفحه ۶۷۳.

محمدپور احمد*، صادقی رسول، رضایی مهدی، (۱۳۸۹) " روش های تحقیق ترکیبی به عنوان سومین جنبش روش شناختی: مبانی نظری و اصول عملی " نشریه: جامعه شناسی کاربردی (مجله پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان): تابستان ۱۳۸۹، دوره ۲۱، شماره ۲ (پیاپی ۳۸)؛ از صفحه ۷۷ تا صفحه ۱۰۰.

Aksakal, E, Dağdeviren, M, Eraslan, E, & Yüksel, İ. (2013). Personel Selection Based on Talent Management. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 68 – 72.

Arnoldina, P. (2010). Factors of successful implementation of ERP systems. *Economics AND Management*, 15, 691-697.

Bai, C. & Sarkis, J. (2013). A grey-based DEMATEL model for evaluating business process management critical success factors. *International Journal of Production Economics*, 146(1), 281-292.

Grant, R. M. (2010). *Contemporary Strategy Analysis Text and Cases*. John Wiley, CRC, press, ۱۶۸ – ۱۸۳.

Gamester, H. (2013). Leader succession and effectiveness in team sport. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 3(4): 285°296.

Lele, A. (2015). Formation of an Efficient Team by Improvising Employee Selection. *Management and Labour Studies*, 40, 22–33.

Miles, A, & Sadler-Smith, E. (2014). "With recruitment I always feel I need to listen to my gut": the role of intuition in employee selection". *Personnel Review*, 43(4), 606 – 627.