



فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه‌گذاری
سال چهارم / شماره سیزدهم / بهار ۱۳۹۴

روش های نوین تأمین مالی باشگاه های فوتبال در کشورهای توسعه یافته و بررسی تطبیقی آن با کشورهای در حال توسعه (مورد خاص : باشگاه های فوتبال حرفه ای لیگ برتر ایران و انگلستان)

تقی ترابی

دانشیار ، عضو هیئت علمی گروه اقتصاد، دانشگاه علوم و تحقیقات ، تهران

مهسا قربانی

دانشجوی دکتری مدیریت مالی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران (مسئول مکاتبات)

mahsa.ghorbany@gmail.com

میثم باقری

دانشجوی دکتری مدیریت مالی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران

سمانه طریقی

دانشجوی دکتری اقتصاد ، دانشگاه علوم و تحقیقات ، تهران

تاریخ دریافت: ۹۳/۷/۱۲ تاریخ پذیرش: ۹۳/۱۰/۱۴

چکیده

هدف کلی تحقیق مدل‌سازی چگونگی تأمین مالی باشگاه های فوتبال حرفه ایی لیگ برتر ایران در مقایسه با باشگاه های فوتبال حرفه ایی لیگ برتر انگلستان در فصل ۹۲-۱۳۹۱ می باشد. پژوهش از نظر هدف کاربردی و به شیوه ی توصیفی- تحلیلی اجرا شد. نتایج تحقیق نشان داد: چگونگی تأمین مالی باشگاه ها ی فوتبال حرفه ایی لیگ برتر ایران با شیوه های تأمین مالی باشگاه های فوتبال انگلیس تفاوت آشکار دارد. اکثر باشگاه ها ی فوتبال حرفه ایی ایران مبتنی بر کمک های مستقیم دولت و سازمان های صنعتی (۶۵٪) بوده، اما باشگاه های انگلیس خصوصی و از طریق حق پخش تلویزیونی (۳۱٪)، درآمد روز مسابقه (۲۱٪) و جریان نقد حاصل از تجارت (۲۲٪) (تأمین مالی می شدند. دولتی بودن باشگاه ها ، عدم شفافیت صورت های مالی، امتناع صدا و سیما از پرداخت حق پخش آگهی ، عدم آگاهی مدیران باشگاه ها از روش های نوین تأمین مالی، استفاده محدود از مدیران خلاق و با تخصص های تجاری و مالی در سطوح مختلف از جمله موانع مهم تأمین مالی در باشگاه ها فوتبال حرفه ایی لیگ برتر ایران می باشد.

واژه‌های کلیدی: تأمین مالی ، مطالعه ی تطبیقی، باشگاه ها ی فوتبال حرفه ایی لیگ برتر، ایران ، انگلستان.

۱- مقدمه

مدیران می‌توانند نقش اساسی را در بازارهای مالی ایفا نمایند. مدیران مالی با قبول مسئولیت تأمین مالی، باید بازارهای مالی و ابزارهای مالی موجود را بشناسند تا با بکارگیری ابزار مالی مناسب در بازارهای مالی اقتصادی ترین شیوه تأمین مالی را مد نظر قرار دهند. همچنین به دلیل جهانی شدن مقوله اقتصاد فوتبال و عمومیت داشتن رشته ورزشی فوتبال در ایران ملاحظه می‌گردد که موضوع تأمین مالی مناسب لیگ حرفه ای فوتبال اهمیت بیشتری پیدا کرده است. وابستگی شدید اقتصاد ایران به صادرات نفت، نوسانات قیمت آن و پایان پذیر بودن این منبع اقتصادی نیاز به توجه نمودن به سایر صنایع که دارای پتانسیل درآمد زایی هستند را دو چندان نموده است.

بنابراین برای کشوری در حال توسعه چون ایران استفاده از تمامی فرصت های تجاری و اقتصادی قابل بهره برداری همانند فوتبال یک ضرورت غیر قابل انکار است. همچنین بهبود وضعیت تأمین مالی و اقتصادی فوتبال حرفه ای لیگ برتر می‌تواند به پیشرفت عمده در وضعیت فنی فوتبال در بعد قهرمانی و ملی نیز منجر شود، با توجه به اهمیت یافتن موضوع درآمدزایی برای باشگاه ها، مقوله توسعه تأمین مالی لیگ حرفه ای فوتبال به شدت نیازمند انجام پژوهش علمی منظم و سازمان یافته بود.

تحقیق حاضر به دنبال پاسخ به سه سوال زیر می باشد:

- ۱) روش های تأمین منابع مالی در باشگاه های فوتبال حرفه ای لیگ برتر ایران چیست؟
- ۲) روش های تأمین منابع مالی باشگاه های فوتبال لیگ برتر انگلستان چیست؟
- ۳) چه تفاوت ها و شباهت هایی بین روش های تأمین منابع مالی باشگاه های فوتبال حرفه ای ایران و انگلستان وجود دارد؟

با اجرای چنین پژوهش هایی می‌توان پیشنهادهای را به سیاستگذاران دولتی و غیر دولتی ارائه نمود تا آنان بتوانند با تصمیم گیری‌های پژوهش محور گام های اساسی را در جهت توسعه تأمین مالی لیگ حرفه ای فوتبال کشور با استعانت از روش های نوین تأمین مالی بردارند.

۲- مبانی نظری و مروری بر پیشینه پژوهش

۲-۱- تأمین مالی

تأمین مالی اصطلاحاً به فرآیند تمرکز منابع مالی یا سرمایه به صورت میان مدت و بلند مدت اطلاق می‌گردد (شبان، ۱۳۸۶) تأمین مالی اصطلاحاً به فرآیند تمرکز منابع مالی با سرمایه به صورت میان مدت و بلند مدت اطلاق می‌گردد (جندرون، ۲۰۰۷). همچنین شاخه‌ای از علم اقتصاد است که به موضوع فراهم کردن سرمایه برای اشخاص، کسب و کارها و دولت ها می‌پردازد. تأمین مالی به نهادهای مالی اجازه می‌دهد تا به جای در دست داشتن پول نقد از اعتبار برای خرید کالا، سرمایه گذاری در پروژه یا دیگر مبادلات اقتصادی خود استفاده کنند (جکوتک، ۱۹۹۵)

۲-۲- اهمیت تامین مالی

انتخاب درست روش یا روش‌های تامین مالی در طرح‌ها و پروژه‌های سرمایه‌گذاری یکی از ارکان اصلی و کلیدی موفقیت آن‌ها به شمار می‌رود. به ویژه در شرایطی که منابع ریسک مختلفی بر محیط تجاری طرح حاکم باشد. تصمیم‌گیری با سختی عدیده‌ای همراه خواهد بود.

امروزه پیشبرد طرح‌های سرمایه‌گذاری رابطه‌ی تنگاتنگی با نظام تزریق بودجه به آن‌ها دارد و این مهم منجر به تبدیل فرآیند تامین مالی طرح‌ها به فرآیندی پویا شده است. دستیابی به استراتژی درست و کارآمد جهت تامین مالی طرح‌های سرمایه‌گذاری منوط به پیش‌بینی درست از شرایط آتی طرح و انتخاب ترکیبی مناسب از گزینه‌های ممکن تامین مالی طرح است. (همتی، ۱۳۹۱: ۲)

۲-۳- تامین مالی باشگاه‌های فوتبال

هر سازمان ورزشی برای پیشبرد برنامه‌ها و پروژه‌های خود نیاز به حمایت مالی دارد؛ این حمایت‌ها موجب می‌شود تا سازمان ورزشی به آرمان‌هایش نایل شود. بخش مهم این منابع از محل منابع دولتی تامین می‌گردد. درآمدهای دیگری نیز از سوی سازمان‌های بین‌المللی و درآمدهای بازاریابی، حق عضویت‌ها، اعانات، قابل حصول است. امروزه بسیاری از سازمان‌های ورزشی برای تامین منابع مالی مورد نیاز خود به سوی شرکت‌هایی می‌روند که علاقمند هستند به صورت داوطلبانه و برای تبلیغ نام شرکت خودشان به ورزش کمک کنند. (حسینی، ۱۳۹۲: ۱۰۰) علاوه بر این توانمندی باشگاه‌ها برای تولید ارزش و ساختار درآمدی آنها برای خرید و فروش بازیکنان، فروش محصولات فرعی (پیراهن، لوازم ورزشی و...) حمایت‌های مالی هواداران، حق پخش تلویزیونی، بلیت‌فروشی و تبلیغات به گونه‌ای است که می‌تواند تامین‌کننده‌ی منابع مالی آن‌ها باشد.

۲-۴- تامین مالی باشگاه‌های فوتبال اروپا

در بیشتر موارد تبدیل به اوراق بهادار کردن مورد استفاده قرار می‌گرفت، در مراحل بعدی توسعه‌ی استادیوم‌های فوتبال در الویت تامین مالی قرار داشت. فرآیند تبدیل به اوراق بهادار کردن می‌تواند با اوراق قرضه شهرداری‌ها مقایسه گردد که به منظور تامین مالی پروژه‌ها مورد استفاده قرار می‌گرفت. تبدیل به اوراق بهادار کردن به باشگاه‌ها در بلندمدت سود خوبی می‌دهد. مدیران مالی و باشگاه‌ها باید به خوبی تفکر کنند زمانی که بخواهند تبدیل به اوراق بهادار کردن را آغاز کنند. به خاطر اینکه این فرآیند احتمال دارد بسیار خطرناک باشد. تبدیل به اوراق بهادار کردن باید بوسیله‌ی دارایی‌ها برگردانده شود. امروزه، لیورپول در فکر ساختن استادیوم جدیدی بوسیله‌ی تبدیل به اوراق بهادار کردن است. آرسنال هم اکنون این کار را انجام داده است و ۳۵۷ میلیون پوند از این طریق تامین مالی شده است. (Deloitte&Touche Annual, 2007:45)

۲-۵- فوتبال حرفه‌ای در غرب اروپا بر چهار منبع تامین مالی اصلی تاکید می‌کند:

- ۱) درآمد‌های روز مسابقه (قبض‌های ورودی و فروش بلیط‌های تمام فصلی)
- ۲) حق پخش تلویزیونی
- ۳) حامیان مالی (اسم‌گذاری بر روی لباس‌ها و دور استادیوم)

۴) دیگر درآمدهای تجاری - بازرگانی (تجارت های پروانه دار، خدمات کنفرانس، کترینگ) (دلویتی^۱، ۲۰۰۸: ۱۲)

به رغم توجه اروپا از دهه پنجاه میلادی به مطالعه فوتبال به عنوان یک صنعت تجاری سودآور، در ایران، این جذابترین بخش اقتصاد ورزش (فوتبال)، آنچنان مورد توجه قرار نگرفته است. با این که بیش از ۱۰ سال از حرکت فوتبال ایران در مسیر حرفه‌ای‌گری می‌گذرد، اما فوتبال به‌عنوان یک صنعت مطرح نیست و چرخ اقتصاد در این رشته ورزشی برخلاف سایر کشورهای مطرح در فوتبال به‌کندی حرکت می‌کند. ورزش فوتبال نیز به گواه شواهد موجود پرتعدادترین و محبوب‌ترین ورزش در عرصه بین‌المللی است، تا جایی که بسیار از کشورهای پنج‌قاره آن را در ردیف ورزش ملی خود محسوب می‌دارند (الهی، ۱۳۸۳).

لبریز بودن ورزشگاه‌ها و برخورداری رقابت‌ها از بینندگان چند صد میلیونی، فوتبال را به عنوان مردمی‌ترین ورزش جهان معرفی کرده است (چستر، ۲۰۰۲). همگام با افزایش تمایلات نسبت به این رشته ورزشی تغییرات زیادی در آن بوجود آمده تا جایی که فوتبال حرفه‌ای سال‌های اخیر قابل‌قیاس با دوران گذشته نیست. داد‌سندهای چند ده میلیون دلاری برای نقل و انتقال بازیکنان، وجود حامیان مالی با سرمایه‌های بسیار کلان، خرید و فروش وسایل و کالاهای ورزشی و غیر ورزشی با آرم باشگاه‌های حرفه‌ای، معامله‌های چند صد میلیون دلاری برای تبلیغات اطراف زمین، کسب درآمدهای کلان از محل حق پخش تلویزیونی مسابقات، قرار گرفتن باشگاه‌ها در فهرست بازار سرمایه و بسیاری از موارد دیگر نقش مهمی در توسعه درآمد زایی فوتبال در بسیاری از کشورها ایفا نموده است (مورو، ۱۹۹۹).

اما وابستگی باشگاه‌های فوتبال در ایران به بودجه دولت از آنها مجموعه‌هایی هزینه‌بر و زیانده ساخته که از نظر اقتصادی حتی با وجود کمک‌های دولتی توان ارائه یک ترازنامه مالی مثبت در پایان یک سال ورزشی را ندارند. ادامه چنین وضعیتی در طول سال‌هایی که از حیات لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران می‌گذرد کنفدراسیون فوتبال آسیا (AFC) را وادار کرده تا برای چندمین بار پیاپی باشگاه‌های فوتبال ایران را به سازماندهی مجدد در امر درآمدزایی دعوت کند. تاکید دوباره AFC نشان‌دهنده آن است که باشگاه‌های فعال در لیگ حرفه‌ای ایران نتوانستند تاکنون از ظرفیت‌های موجود در درآمدزایی بهره‌برند تا با دستیابی به آن از کمک‌های دولتی بی‌نیاز شده و به استقلال مالی برسند.

موفقیت تجاری و موفقیت ورزشی ارتباط تنگاتنگی با یکدیگر دارند و هیچگاه یکی بدون دیگری بدست نمی‌آید. بلکه ارتباط بین آنها مستقیم بوده و بر یکدیگر تاثیر متقابل دارند. بر این اساس ساماگایو (۲۰۰۷) در پژوهش خود به بررسی رابطه‌ی بین عملکرد مالی، عملکرد ورزشی و بازار سهام در بین باشگاه‌های فوتبال انگلیس از سال ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۷ پرداخته و به این نتایج دست یافت که همبستگی قوی بین ساختارهای مالی و ورزشی وجود دارد. بعلاوه مدیران به دنبال دستیابی به سطح حداقلی از سود و حداکثر سازی عملکرد ورزشی خود هستند. از طرفی نمرات فاکتورهای مالی و ورزشی با بازده سهام ارتباط دارد اما باریسک باشگاه ارتباطی ندارد (ساماگایو، ۲۰۰۷).

باشگاه‌های فوتبال در سراسر دنیا از روش‌های مختلفی تأمین مالی می‌شوند. برای مثال مطابق مقاله‌ی برنارد ام.زاوا (۲۰۱۲) تحت عنوان "گرفتاری مالی باشگاه‌های فوتبال لیگ برتر انگلستان با توجه به تأثیرات رکود جهانی" به روش‌های عمده تأمین مالی باشگاه‌های لیگ برتر انگلستان اشاره می‌کند که شامل درآمدهای روز مسابقه (ورودی‌ها، فروش فصلی، عضویت‌ها)، درآمدهای حاصل از پخش رسانه (تلویزیون، رادیو، از رقابت‌های محلی و بین‌المللی) و درآمدهای تجاری (حمایت مالی، درآمدهای بازرگانی) می‌باشد. (ام. ان.زاوا، ۲۰۱۲). برایمو (۲۰۰۶) در مقاله‌ی خود با عنوان فوتبال انگلیس به نتیجه رسید که باشگاه‌ها در بخش‌های پایین‌تر لیگ بیشتر برای مسابقات فصلی در تلاش هستند که از طریق دریافت پاداش مالی تأمین مالی شده و همچنین ارتقا پیدا کنند (برایمو، ۲۰۰۶).

تحقیقات نشان می‌دهد عمده‌ترین منابع درآمدی صنعت فوتبال به ترتیب شامل حق پخش تلویزیونی، حامیان مالی و درآمد روز مسابقه است. و موانع جذب توسعه‌ی حامیان مالی در صنعت فوتبال ایران به ترتیب عدم اطمینان سرمایه‌گذاری در صنعت فوتبال کشور، کمبود آژانس‌های تخصصی و نیروی انسانی متخصص بازاریابی ورزشی، عدم تدوین طرح‌های راهبردی و عملیات بازاریابی، مشکلات کمیته و کیفیت پخش تلویزیونی مسابقات، مالکیت دولتی باشگاه‌ها، عدم اجرای قانون کپی‌رایت در کشور و... را از جمله مهم‌ترین مشکلات در این زمینه می‌داند (الهی، ۱۳۸۸).

براین اساس کشاک (۲۰۰۴) نیز وجود اطلاعات شفاف و کامل اقتصادی در مورد یک ورزش خاص را یکی از مهم‌ترین ابزارهای تصمیم‌گیری شرکت‌ها برای ورود به حمایت مالی از ورزش می‌داند. (کشاک، ۲۰۰۴) در همین رابطه، میچی و آگتون (۲۰۰۵) نیز ادعا می‌کنند که باشگاه‌های حرفه‌ای می‌توانند با افشاسازی اطلاعات مدیریتی و مالی خود سود بیشتری را از سوی حامیان مالی عائد خود سازند. (میچی و آگتون، ۲۰۰۵).

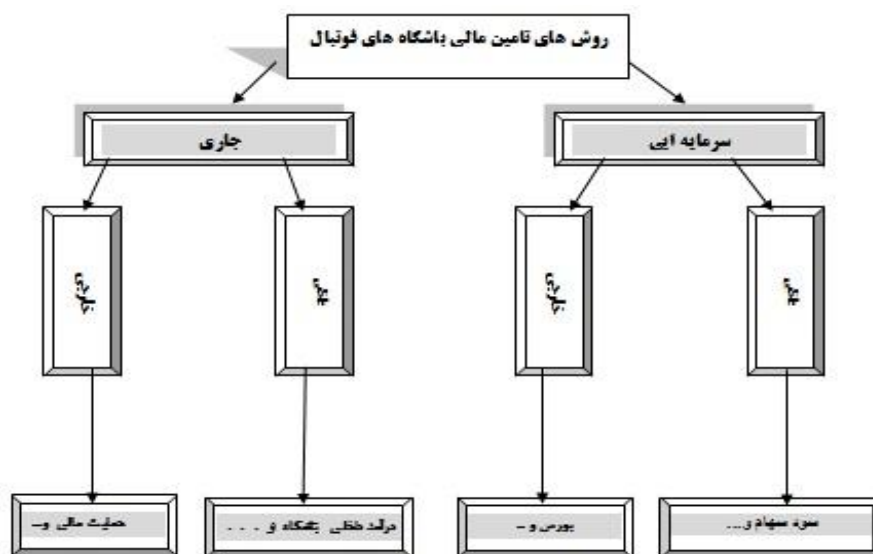
گاهی درآمدزا نبودن باشگاه‌ها ناشی از چگونگی تأمین مالی آنها نیست بلکه مشکلات ساختاری باشگاه‌ها باعث عدم موفقیت در این زمینه شده است همانطور که مهربانی (۱۳۹۱) در پژوهش خود علت اصلی توسعه نیافتگی بازار مالی ایران را عدم استفاده از ابزارهای نوین تأمین مالی ندانسته، بلکه ساختار نامناسب سازمانی و عدم حضور استانداردهای حاکمیت شرکتی می‌داند. البته مسائل اقتصادی کشور، قوانین و مقررات، مسائل فرهنگی و مذهبی می‌تواند در این زمینه تأثیرگذار باشد. رجب (۱۳۸۵) در پژوهش خود به بررسی تحلیلی وضعیت تأمین مالی در کشورهای مختلف جهان و نیز بررسی تحلیلی آن در ایران در بخش صنعت پرداخت و به این نتیجه دست یافت که شرکت‌های واقع در کشورهای در حال توسعه نسبت به هم‌تایان خود در کشورهای توسعه یافته، بیشتر بر منابع خارجی تأمین مالی تکیه دارند. (رجب زاده، ۱۳۸۵).

برادلی و میرز، (۱۹۸۴) تحقیقی در مورد عملکرد تأمین مالی شرکت‌های بزرگ انگلستان انجام دادند و مشاهده کردند که مدیریت از منابع مالی داخلی به عنوان یک منبع جدید و جوه شديدا طرفداری می‌کند و حتی منابع خارجی را کنار می‌گذارد و در صورت نیاز به منابع مالی خارجی بیش‌تر از استقراض استفاده می‌کنند. (برادلی و میرز، ۱۹۸۴).

همچنین مایر (۱۹۹۱) ساختارهای مالی شرکت‌ها را در هشت کشور مختلف صنعتی طی دوره‌ی ۸۵-۱۹۷۰ بررسی و گزارش کرد که سود انباشته، مهم‌ترین منبع تأمین مالی همه‌ی کشورها به ویژه در انگلستان، کانادا و امریکا است. به طوری که در امریکا و انگلستان بیش از ۷۵ درصد سرمایه‌ی‌گذاری‌ها از طریق سود انباشته تأمین مالی شده است، یک ارتباط معکوس بین استفاده از سود انباشته و اعتبارات بانکی وجود داشته است.

شرکت‌های کوچک و متوسط نسبت به شرکت‌های بزرگ از منابع خارجی بیشتر استفاده نموده و در این تأمین مالی بیشتر با بانک‌های تجاری ارتباط داشته و کمتر از اوراق بهادار جهت تأمین مالی استفاده می‌نمایند (مایر، ۱۹۹۱) سینگ و حمید (۱۹۹۲)، روش‌های تأمین مالی پنجاه کشور توسعه یافته و کشورهای در حال توسعه را بررسی کردند.

نتایج اصلی این مطالعه بدین شرح است: شرکت‌های واقع در کشورهای در حال توسعه، بیشتر از منابع خارجی برای تأمین مالی استفاده می‌کنند. (سینگ و حمید، ۱۹۹۲) کوربت و جنکینسون (۱۹۹۴) روش‌های تأمین مالی کشورهای توسعه یافته را در هر دوره‌ی ۹۱-۱۹۷۰ بررسی کردند و به این نتایج دست یافتند که مهم‌ترین روش تأمین مالی در شرکت‌های همه‌ی کشورهای مورد مطالعه، منابع داخلی است. منابع داخلی تأمین مالی در کشورهای امریکا و انگلستان نسبت به زاپین از اهمیت بیشتری برخوردار است. (کوبورت و جنکینسون، ۱۹۹۴)



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

۳- روش شناسی پژوهش

این مطالعه از نظرهدف از نوع مطالعات کاربردی و از نظر روش به شیوه‌ی توصیفی - تحلیلی اجرا شد. پژوهشگر سعی کرده بدون پیشداوری به توصیف وضع موجود بپردازد و در قالب مطالعه‌ی تطبیقی، وضعیت تأمین مالی باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای لیگ برتر در ایران و انگلستان را بررسی و مقایسه کند.

جامعه در این پژوهش تمامی باشگاه‌های فوتبال لیگ برتر حرفه‌ای ایران در فصل ۹۲-۱۳۹۱ بود(باشگاه‌های: استقلال، نفت تهران، صبای قم، تراکتورسازی، سپاهان، ذوب آهن، پرسپولیس، شاهین، داماش گیلان، شهرداری تبریز، نفت آبادان، سایپا، فولاد، مس، راه آهن، ملوان، فجر سپاسی، مس سرچشمه). همه باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال حرفه‌ای ایران در این پژوهش شرکت کردند. انتخاب کشور خارجی به عنوان الگوی مبنا در این مطالعه پیشرفته بودن لیگ حرفه‌ای فوتبال، دسترسی بیشتر به اطلاعات، شفافیت در اطلاعات مالی و اقتصادی بودن فوتبال، موثق و قابل اعتماد بودن اطلاعات و تجارب حرفه‌ای آن‌ها در برگزاری لیگ‌های حرفه‌ای بوده است. براین اساس باشگاه‌های فوتبال لیگ برتر انگلستان انتخاب گردید.

در این مطالعه برای جمع‌آوری داده‌ها درمورد چگونگی تأمین مالی باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای لیگ برتر ایران از پرسشنامه محقق ساخته بهره گرفته که پس از جمع‌آوری داده‌ها از نمونه‌ی اولیه، داده‌ها وارد نرم‌افزار Spss گردید و ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده که ضریب موردنظر برای پرسشنامه‌ها ۰.۸۳۱۳ تعیین گردید.

در جهت تکمیل داده‌ها از بررسی اسنادی صورت‌های مالی (ترازنامه و صورت حساب سود و زیان) باشگاه‌ها نیز استفاده گردید. همچنین برای جمع‌آوری داده‌ها در رابطه با چگونگی تأمین مالی باشگاه‌های لیگ برتر انگلستان از مطالعات استنادی و کتابخانه‌ای با مراجعه به متون و بررسی مقالات داخلی و خارجی، استفاده از منابع کتابخانه‌ای، اینترنت، سایت‌های باشگاه‌ها، همچنین گزارش‌های سالانه مالی که به صورت رسمی شده از طرف باشگاه‌های لیگ برتر حرفه‌ای انگلیس و اتحادیه فوتبال حرفه‌ای اروپا (یوفا) منتشر گردیده و سایر منابع موجود استفاده شد. ۱۸ پرسشنامه بین باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال حرفه‌ای ایران توزیع گردید، با پی‌گیری‌های مجدانه محقق ۱۷ پرسشنامه برگشت داده شد که ۱ مورد از آن‌ها معیوب بوده و از محاسبات کنار گذاشته شد. از آمار توصیفی برای تجزیه و تحلیل اطلاعات استفاده شد. برای ارائه یافته‌های پژوهش با توجه به ماهیت پژوهش و اطلاعات مرتبط، از جداول و نمودارهای مقایسه‌ای نیز بهره گرفته شده است.

این مطالعه از نظر قلمرو موضوعی در حوزه‌ی مطالعات مالی، قلمرو مکانی آن باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای لیگ برتر ایران می‌باشد. قلمرو زمانی تحقیق نیز سال ۱۳۹۲ می‌باشد.

۴- یافته‌های پژوهش

در این پژوهش چگونگی تأمین مالی در باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای لیگ برتر ایران با توجه به روش‌های متداول تأمین مالی در باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای انگلستان که البته قابلیت اجراشدن در ایران را نیز داشته باشند بررسی شد و بدین ترتیب نتایج زیر حاصل گردید.

جدول (۱) اطلاعات مربوط به درصد سهم هر یک از روش تأمین مالی در درآمدزایی باشگاه های فوتبال حرفه ایی لیگ برتر ایران در سال ۱۳۹۲ نشان می دهد. همانطور که مشاهده می شود، بیشترین سهم را کمک های صنعت یا شرکت مادر (۶۵٪) در بین تمامی روش های تأمین مالی دارد. باشگاه های فوتبال حرفه ایی لیگ برتر ایران از روش های تأمین مالی حق پخش آگهی ، فروشگاه ، کمک ها و هدایا، سهام ، آورده ی سهامداران ، سود سپرده های بانکی ، تسعیر ارز استفاده نکرده اند.

جدول (۱): درصد سهم هر یک از روش تأمین مالی در درآمدزایی باشگاه های فوتبال حرفه ایی لیگ برتر ایران در فصل ۹۱-۱۳۹۲

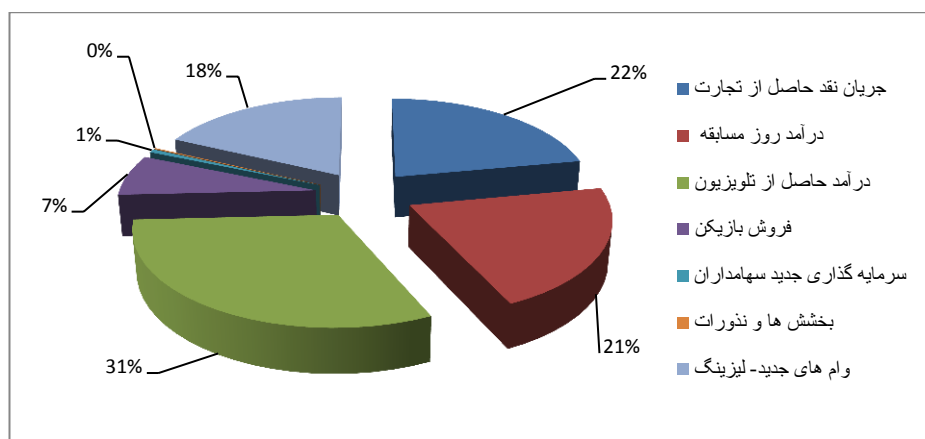
ردیف	روشهای عمده تأمین مالی	روش های تأمین مالی در باشگاه های فوتبال حرفه ایی لیگ برتر ایران	سهم درآمد زایی (درصد)
۱	تبلیغات ، ارائه خدمات و تجارت	درآمد حاصل از تبلیغات (تبلیغات دور زمین فوتبال در زمین مسابقه و...)	۴/۸
		درآمد حاصل از برندینگ باشگاه (پیراهن ، کالا و...)	۰/۰۵۷
		درآمد حاصل از فعالیت های فرهنگی- آموزشی (مشاوره ، سمینار و...)	۰/۳۸
		درآمد حاصل از مدارس فوتبال	۰/۶۹
		درآمد حاصل از ارائه خدمات ورزشی (واگذاری اداره ی امور اجرایی و...)	۲/۸
		درآمد های حاصل از فروشگاه (لوازم ورزشی، کافی شاپ ، رستوران و...)	۰
۲	درآمد روز مسابقه	درآمد های حاصل از مسابقات	۲/۴۸
		فروش بلیط	۰/۹۵
		درآمد های حاصل از خدمات جنبی استادیوم	۱/۹۳
۳	رسانه	درآمد های حاصل از پخش رسانه (تلویزیون ، رادیو، نشریات و...)	۰/۹۳
		درآمد حاصل از حق پخش آگهی	۰
۴	نقل و انتقالات	درآمد حاصل از نقل و انتقالات بازیکن	۱
۵	وام و لیزینگ	درآمد های حاصل از لیزینگ لاجاره	۰/۴۲
		وام	۰/۱۲
۶	آورده سهامداران	آورده ی سهامداران	۰
۷	حامیان مالی و طرفداران تیم	تأمین مالی از طریق حامیان مالی	۱۴/۵۱
		کمک های طرفداران تیم/ هواداران	۰/۰۶۲
۸	حمایت دولت و شرکت مادر	درآمد حاصل از کمک های دولت	۱
		بودجه ی مصوب باشگاه از شرکت مادر/صنعت وابسته	۶۵
۹	منابع دیگر تأمین مالی (سایر)	سود سپرده های بانکی	۰
		درآمد حاصل از تسعیر ارز	۰
		درآمد حاصل از سهام (فرابورس)	۰
		کمک ها و هدایا	۰
		کمک های فدراسیون فوتبال	۲/۸۰

باشگاه‌های لیگ برتر انگلستان از روش‌های متنوعی تأمین مالی می‌شوند اما در این پژوهش به مهم‌ترین روش‌ها که بیشترین تأثیر را درآمد زایی باشگاه‌ها داشته و نیز در بین تمامی باشگاه‌ها مشترک بوده اند اشاره می‌کنیم. نمودار (۱) اطلاعات مربوط به درصد سهم هریک از منابع تأمین مالی اصلی در باشگاه‌های فوتبال دسته یک انگلستان در سال ۲۰۱۳ را نشان می‌دهد. همانطور که ملاحظه می‌شود بیشترین سهم را در میان تمامی روش‌های تأمین مالی در درآمد زایی باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای لیگ برتر انگلستان درآمد حاصل از تلویزیون داشته (۳۱٪) و در رتبه‌ی آخر هم بخشش‌ها و نذورات که مقدار آن بسیار ناچیز است (۰/۱۹٪) و در نمودار مقدار آن صفر در نظر گرفته شده است.

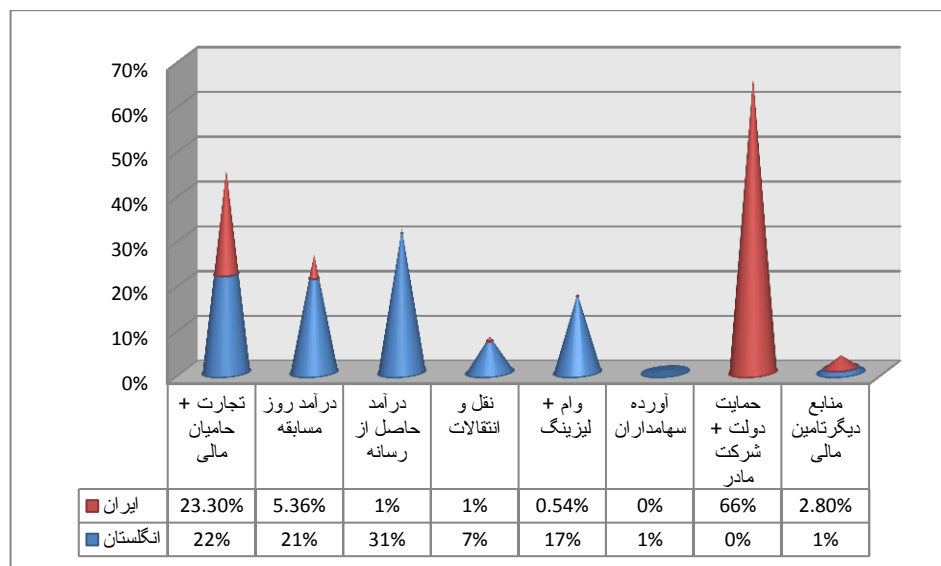
جدول (۲): روش‌های تأمین مالی عمده باشگاه‌های فوتبال دسته یک انگلیس در سال ۲۰۱۳

درصد	مبلغ (پوند)	روش تأمین مالی باشگاه دسته یک انگلستان در سال ۲۰۱۳
۲۲٪	۳۳۵ میلیون	جریان نقد حاصل از تجارت
۲۱٪	۳۲۱ میلیون	درآمد روز مسابقه
۳۱٪	۴۷۵ میلیون	درآمد حاصل از تلویزیون
۷٪	۱۱۰ میلیون	فروش بازیکن
۰,۰۶٪	۱ میلیون	سرمایه گذاری جدید سهامداران
۰,۱۹٪	۳ میلیون	بخشش‌ها - هدایا
۱۷,۹٪	۲۷۲ میلیون	وام‌های جدید + لیزینگ

دلویتی و تاچ، ۲۰۱۳: ۲۴



نمودار (۱) روش‌های تأمین مالی اصلی باشگاه‌های فوتبال دسته یک انگلیس در سال ۲۰۱۳ (دلویتی و تاچ، ۲۰۱۳)



نمودار (۲): مقایسه سهم منابع تأمین مالی در درآمدزایی باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای لیگ برتر ایران و انگلستان در فصل ۹۲-۹۱

نمودار (۲) اطلاعات مربوط به مقایسه سهم منابع تأمین مالی در درآمدزایی باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای لیگ برتر ایران و انگلستان در فصل ۹۲-۱۳۹۱ را نشان می‌دهد. در این نمودار سعی شده منابع اصلی تأمین مالی دو کشور با هم مقایسه شود. همانطور که مشاهده می‌شود بیشترین سهم را در میان منابع تأمین مالی باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال انگلستان، در آمد حاصل از رسانه به خود اختصاص داده است. در حالیکه درآمد حاصل از رسانه در باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای لیگ برتر ایران در حدود ۱ درصد است. بیشترین سهم را در میان منابع تأمین مالی باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران حمایت دولت و شرکت مادر به خود اختصاص داده اند (۶۶٪)، اما این سهم در انگلستان صفر درصد است. سهم تأمین مالی از طریق تجارت به عنوان دومین منبع درآمد در باشگاه‌های انگلستان ۲۲٪ و در ایران ۲۳/۳۰٪ می‌باشد. سومین منبع درآمد در باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای لیگ برتر انگلستان تأمین مالی از طریق درآمد روز مسابقه می‌باشد که این سهم در ایران ۵/۳۶٪ می‌باشد. باشگاه‌های لیگ برتر انگلستان از وام و لیزینگ به عنوان یک روش تأمین مالی در حدود ۱۷٪ استفاده کرده اند که این سهم در باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای لیگ برتر ایران ۰/۵۴٪ می‌باشد. سهم تأمین مالی از طریق نقل و انتقالات در کشور انگلستان ۷٪ و در ایران در حدود ۱٪ می‌باشد. باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای لیگ برتر انگلستان از طریق آورده سهامداران در حدود ۱٪ تأمین مالی شده اند و این در حالیست که باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای لیگ برتر ایران سهمی نمی‌باشند و از آورده سهامداران به هیچ عنوان در تأمین مالی خود استفاده نکرده اند. منابع دیگر تأمین

مالی در ایران اعم از کمک‌های فدراسیون، کمک‌های طرفداران و... ۲/۸۰٪ بوده و در کشور انگلستان منابع دیگر تأمین مالی ۱٪ بوده که شامل درآمد از طرف هدایا، نذورات، شرط‌بندی‌ها و... می‌باشد.

۶- نتیجه‌گیری و بحث

در این مطالعه شیوه‌های تأمین مالی باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای لیگ برتر ایران و انگلستان را به صورت تطبیقی بررسی و شباهت‌ها و تفاوت‌های آنها بیان گردید. نظام باشگاه‌داری در انگلستان توسط بخش خصوصی اما باشگاه‌داری در ایران توسط بخش دولتی ایجاد شده‌اند. باشگاه‌های دولتی ایران چنان گسترده شده‌اند که هم‌اکنون خود به صورت یک معضل برای ورزش کشور درآمده‌اند، زیرا مسائل تیم‌داری و خرید و فروش بازیکنان، فعالیت‌های دلالی، ورود مدیران سیاسی به این باشگاه‌ها از یک سو این نوع باشگاه‌ها را از اهداف اصلی خود دور کرده و از سوی دیگر توان را بخش خصوصی برای ورود به عرصه ورزش و رقابت با این قبیل باشگاه‌ها سلب کرده است. چنانچه دولت باید بجای دخالت مستقیم در ورزش حرفه‌ای به سیاست‌گذاری در چهارچوب منافع ملی و نظارت دقیق بپردازد. در این صورت جنبه‌های نظارتی و حمایتی پررنگ‌تر می‌شود و باشگاه‌ها چون خود را بخشی از دولت نمی‌دانند بقای خود را در حفظ و ارتقاء استانداردها در سایه رقابت می‌بینند و به این صورت جهانی شده و ورود به عرصه بین‌المللی را در کنار رقابت‌پذیری از ویژگی‌های مهم "بقای حرفه‌ای" خود می‌شناسند. واگذاری باشگاه‌ها به بخش خصوصی در ایران از طریق سازمان خصوصی‌سازی انجام می‌شود، و با توجه به زیان‌ده بودن اغلب باشگاه‌ها، واگذاری آنها باید به صورت مزایده و خارج از بورس صورت بگیرد. (سلطانی، ۱۳۹۲). با توجه به مطالعه‌ی الهی (۱۳۸۸) مالکیت دولتی باشگاه‌ها باعث شده است تا ساختاری دولت‌محور، وابسته و غیر رقابتی در صنعت فوتبال بوجود آید، با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر مبنی بر اینکه تقریباً ۶۶٪ باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال حرفه‌ای با در نظر گرفتن حمایت‌های صنعت یا شرکت مادر به عنوان کمک‌های دولتی یافته‌های این پژوهش بر یافته‌های این مطالعه منطبق است و اکثر باشگاه‌های فوتبال ساختاری دولت‌محور داشته و به همین دلیل رقابت کمی در بین اعضای این صنعت به وجود خواهد آمد. همچنین در مطالعه‌ی خود به این نکته اشاره می‌دارد که وجود مشکلات عمده در زمینه قانون حقوق مالکیت معنوی و کپی‌رایت در کشور باعث عدم جذب حامیان مالی در باشگاه‌های فوتبال شده است، از طرفی ما در این مطالعه به این نتیجه رسیدیم که تأمین مالی از طریق حامیان مالی ۱۴/۵۳٪ می‌باشد که در مقابل انگلستان که یکی از منابع عمده تأمین مالی اش جذب حامیان مالی است رقم بسیار پایینی می‌باشد (الهی، ۱۳۸۸).

با توجه به مطالعه‌ی هودا (۲۰۰۱) که بر این نکته تأکید می‌کند، حامیان مالی هنگامی متقاعد به سرمایه‌گذاری در ورزش می‌شوند که تا حدی اطمینان‌یابند در صورت قرار دادن سرمایه خود در یک ورزش خاص بیش از سایر گزینه‌های قابل انتخاب سود خواهند بود. تا زمانی که مشکلات قانونی کپی‌رایت و... در کشور حل نشود حامیان مالی به دلیل ریسکی که در سرمایه‌گذاری در این صنعت حس می‌کنند قادر نخواهند بود به راحتی سرمایه‌ی خود را در صنعت فوتبال بکارگیرند. (هودا، ۲۰۰۱) چراکه با توجه به پژوهش دابسون و گودارد (۲۰۰۱) که بیان می‌دارد "عموما تمایل حامیان مالی بر آن است تا با پرداخت مبالغی بتوانند به صورت انحصاری

آرم یا نشان خود را در عرصه صنعت فوتبال به نمایش بگذارند" این هدف مهم حامیان مالی به راحتی در باشگاه های فوتبال حرفه ای لیگ برتر ایران اجرایی نخواهد شد. (دابسون و گودارد، ۲۰۰۱)

الهی (۱۳۸۸) اشاره می کند که شرایط نامناسب استادیوم های فوتبال ، مدیریت و برنامه ریزی زمانی نامناسب و عدم اصول ارتباطی و انگیزاننده با حامیان مالی به عنوان سه مانع مهم دیگر در برابر توسعه درآمد های حاصل از حامیان مالی در صنعت فوتبال شناسایی شده اند، همچنین در ادامه بیان می دارد که ساخت استادیوم های ورزشی به سرمایه های بسیار کلان نیاز دارد و بسیاری از باشگاه ها نمی توانند هزینه ی ساخت استادیوم های اختصاصی را تقبل کنند. از این رو در کشورهای مختلف هزینه اصلی ساخت و نگهداری استادیوم های بزرگ معمولاً برعهده دولت است. ما نیز در این مطالعه درآمد زایی از طریق استادیوم را پایین ارزیابی نمودیم چراکه سهم تأمین مالی از طریق استادیوم ۱/۹۳٪ بوده است و یکی از دلایل آن می تواند شرایط نامساعد استادیوم باشد. (الهی، ۱۳۸۸)

البته ویلیام (۲۰۰۲) نیز بر این موضوع تأکید می کند که استادیوم های فوتبال باید مورد رسیدگی و بازسازی قرار گیرند و البته بیان می دارد که ۸۰ درصد تماشاگران ۴۳ باشگاه لیگ های انگلستان معتقد بودند که استادیوم های فوتبال باید به صورت مشارکتی بین دولت، باشگاه ها و شرکت های تجاری ساخته شوند (ویلیامز: ۲۰۰۲)

محمد کاظمی (۱۳۸۸) در مطالعه ی خود " بررسی وضعیت مولفه های تشکیل دهنده ی قیمت در لیگ حرفه ای فوتبال ایران با لیگ برتر ژاپن و کره ی جنوبی " بیان می دارد که بیشترین اختلاف در مولفه های مورد بررسی میان لیگ برتر ایران و لیگ کره جنوبی و ژاپن شامل مولفه های واگذاری سهام باشگاه های لیگ برتری به عموم ، اجرای قانون کپی رایت هم برای باشگاه ها و هم برای سازمان لیگ ، همچنین در ارائه منظم و مداوم محصول که همان برگزاری منظم مسابقات بوده است. یافته های این پژوهش نیز به این نکته اشاره می دارد که باشگاه های فوتبال حرفه ای لیگ برتر ایران اصلاً از طریق سهام تأمین مالی نمی شوند و همچنین عدم اجرای قانون کپی رایت باعث شده است که باشگاه ها از طریق حامیان مالی ، برند باشگاه و... حمایت مالی نشوند و همچنین عدم اجرا ی منظم مسابقات باعث شده است که باشگاه ها نتوانند فروش بلیط های فصلی داشته باشند. (محمد کاظمی ، ۱۳۸۸)

همانگونه که اشاره شد یکی از روش های تأمین مالی در باشگاه های فوتبال در سراسر جهان درآمد های حاصل از نقل و انتقالات می باشد که باشگاه های فوتبال حرفه ای لیگ برتر ایران تنها ۱٪ از این طریق تأمین مالی می گردد که این امر نیاز به برنامه ریزی قوی تری دارد در این راستا سلطانی (۱۳۹۱) در مقاله ی خود بر این نکته تأکید می کند که : بازاریابی و سرمایه گذاری در خرید بازیکنان ضمن اینکه ساختار مناسب سازمانی را برای ارتقاء ورزش قهرمانی فراهم می سازد، ارزش فعلی خالص درآمدهای آتی باشگاههای خصوصی را افزایش داده و آثار ثانوی گسترده ای بر ارتقاء رفاه اقتصادی جامعه و ساختارهای ارزشمند فرهنگی ، سیاسی، آموزشی در بر خواهد داشت. (سلطانی ، ۱۳۹۱) از طرفی نادریان جهرمی (۱۳۹۲) به مشکلات فوتبال پایه در استان اصفهان پرداخت و به این نتیجه اشاره داشت که ۳۴/۵٪ پاسخ دهندگان به مشکلات مالی و عدم حمایت حامیان مالی از

فوتبال پایه در استان اصفهان اشاره کردند و این موضوع را می‌رساند که حتی سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی در فوتبال پایه نیز با مشکلات مالی مواجه می‌باشد. از این رو برای تأمین مالی باشگاه‌ها از طریق نقل و انتقال بازیکنان بایداز پایه برنامه‌ریزی کرد چرا که بسیار از باشگاه‌های انگلیسی اظهار داشته‌اند که با احداث مدارس فوتبال و شناسایی استعدادها برای چند سال آینده‌ی درآمدزایی از طریق نقل و انتقالات باشگاه خود برنامه‌ریزی بلندمدت کرده‌اند. بنابراین بهتر است در این زمینه تمهیداتی صورت پذیرد. (نادریان جهرمی، ۱۳۹۲)

با وجود این که بیش از ۱۰ سال از حرکت فوتبال ایران در مسیر حرفه‌ای‌گری می‌گذرد، اما فوتبال در ایران به‌عنوان یک صنعت سودآور و درآمدزا مطرح نیست و چرخ اقتصاد در این رشته ورزشی برخلاف سایر کشورهای مطرح در فوتبال به‌کندی حرکت می‌کند. کمبود منابع مالی و وابستگی شدید باشگاه‌های فوتبال کشور به دولت از مهم‌ترین دلایل این اتفاق است. تکیه باشگاه‌ها به بودجه دولت از آنها مجموعه‌هایی هزینه‌بر و زیان‌ده ساخته است که از نظر اقتصادی حتی با وجود کمک‌های دولتی توان ارائه یک ترازنامه مالی مثبت در پایان یک سال ورزشی را ندارند. ادامه این وضعیت در طول سال‌هایی که از حیات لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران می‌گذرد کنفدراسیون فوتبال آسیا را وادار کرده تا برای چندمین بار پیاپی باشگاه‌های فوتبال ایران را به سازماندهی مجدد در امر درآمدزایی دعوت کند. روش‌های تأمین مالی متعددی برای باشگاه‌های فوتبال وجود دارد که در حال حاضر در سرتاسر دنیا در حال استفاده است، البته هر کشور بسته به شرایط اقتصادی و وضعیت باشگاه خود از بهینه‌ترین آنها بهره‌گرفته است.

با وجود محدودیت‌های فراوانی از جمله ثبت نامناسب داده‌ها، روندهای اداری بسیار سخت و پیچیده، بدیع بودن موضوع، پراکنده بودن دفاتر باشگاه‌ها در استان‌های مختلف و... به بیان مسائل مختلف در زمینه‌ی تأمین مالی باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران می‌پردازیم:

باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای لیگ برتر ایران شرایط مناسبی از لحاظ تأمین مالی در مقایسه با باشگاه‌های لیگ برتر انگلستان نداشته و با توجه به تأکید بر درآمدزایی آنها بهتر است در این زمینه گام‌های موثری برداشته شود. بهتر است باشگاه‌های ایران به شرکت‌های سهامی مبدل شده و از این طریق تأمین مالی شوند. شفاف‌سازی صورت‌های مالی باشگاه‌ها می‌تواند عرضه‌ی سهام باشگاه‌ها را به فرابورس راحت‌تر سازد و یکی از گزینه‌های تأمین مالی از طریق سهام برای باشگاه‌ها برآورده شود. باشگاه‌ها می‌توانند از روش‌های دیگری تأمین مالی شوند که لازمه‌ی آن مشاور مالی با تجربه و بازاریابی زبردست می‌باشد. برای مثال باشگاه‌های فوتبال در ایران می‌توانند از طریق توسعه‌ی مدارس فوتبال، همچنین تاسیس فروشگاه‌های لوازم و تجهیزات ورزشی، شیوه‌های تجاری نقل و انتقالات، فعالیت‌های آموزشی، فعالیت‌های فرهنگی - ورزشی مثل مشاوره، سمینار و... تأمین مالی شوند.

با توجه به پژوهش انجام شده می‌توان پیشنهادهای زیر را شرح داد:

- ۱) ایجاد شفافیت در اطلاعات مالی و اقتصادی صنعت فوتبال و افشای سازوکار قراردادهای بازیکنان و مربیان
- ۲) ایجاد اصلاحات مالی در ساختار باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای لیگ برتر ایران برای پیوستن این باشگاه‌ها به بورس یا فرابورس

- ۳) تدوین دستورالعمل‌های اجرایی در زمینه‌ی ثبت صورتهای مالی به صورت استاندارد در باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای لیگ برتر در کشور و یا تمامی باشگاه‌های فوتبال کشور
- ۴) بازیابی شیوه‌ی حسابداری در باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای لیگ برتر کشور از شیوه‌ی سنتی به شیوه‌ی ثبت الکترونیکی
- ۵) بکارگیری مدیران مالی در برنامه‌ریزی‌های مالی باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای لیگ برتر کشور، ...
- ۶) امید است بکارگیری یافته‌های این پژوهش‌ها برای حل مشکلات در این زمینه باشد و بتواند کمکی هرچند اندک به حل مشکلات تأمین مالی در بخش فوتبال و همچنین ورزش کشور باشد.

فهرست منابع

- * الهی، علیرضا، شورآقایی اردکانی، زهرا (۱۳۸۳)، "بررسی وضعیت فوتبال کشور در مقایسه با استانداردهای اروپایی" مجله‌ی حرکت، شماره ۱۹
- * الهی، علیرضا، سجادی، نصرا... (۱۳۸۸) "موانع موجود در توسعه جذب درآمد حاصل از حمایت مالی در صنعت فوتبال جمهوری اسلامی ایران" مجله مدیریت ورزشی، شماره ۱
- * حسینی، سید امیر، (۱۳۹۲) بازاریابی در ورزش بانوان و چالش‌ها، مجله‌ی پژوهش در علوم ورزشی، شماره ۳۰
- * رجب‌زاده، علی. خورشیدی، غلامحسین. قلی‌پور، علی. (۱۳۸۵) "بررسی و تجزیه و تحلیل نقش بازار پول و بازار سرمایه در هزینه سرمایه شرکت‌ها (تحلیل نتایج تطبیقی و بخش صنعت و معدن ایران)". فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی، سال ششم، شماره اول.
- * سلطانی، اصغر؛ جریست، پژمان، نادریان جهرمی، مسعود. (۱۳۹۱) "سرمایه‌گذاری در بازیکنان فوتبال حرفه‌ای"، اولین کنفرانس منطقه‌ای حسابداری و مدیریت مالی دانشگاه اصفهان.
- * سلطانی، اصغر؛ قربانی، مهسا. (۱۳۹۲) "روش‌های تأمین مالی باشگاه‌های فوتبال"، چهارمین همایش هفته‌ی پژوهش - دانشکده علوم اداری و اقتصادی اصفهان.
- * شبانی، محمد (۱۳۸۶) بازارهای مالی و پولی بین‌المللی، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- * مهربانی، فاطمه (۱۳۹۱). "بررسی چالش‌ها و آسیب‌های بازار پول و سرمایه ایران در تأمین مالی سرمایه‌گذاری و راهکار برون‌رفت از آن" مجموعه مقالات سومین کنفرانس بین‌المللی توسعه نظام تأمین مالی در ایران.
- * محمد کاظمی، رضا؛ تندنویس، فریدون؛ خبیری، محمد (۱۳۸۷) "بررسی وضعیت مولفه‌های تشکیل دهنده‌ی قیمت در لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران با لیگ برتر ژاپن و کره‌ی جنوبی" نشریه‌ی علوم حرکتی و ورزش، سال ششم، جلد دوم، شماره
- * نادریان جهرمی، مسعود؛ قربانی، مهسا؛ باقری، میثم (۱۳۹۲) بررسی تجربی موانع و مشکلات فوتبال پایه و الویت بندی عوامل موثر در بهبود فوتبال پایه و الویت بندی عوامل موثر در بهبود فوتبال پایه، همایش ملی مدیریت و برنامه‌ریزی در فوتبال پایه: آکادمی ملی فوتبال ایران

* همتی، احمد (۱۳۹۱). تعیین ارجحیت روش‌های تامین مالی طرح‌های سرمایه‌گذاری با استفاده از فرآیند سلسله‌مراتبی فازی: پایان‌نامه کارشناسی ارشد مهندسی صنایع، تهران: دانشگاه امیرکبیر.

- * Bradley M. and others (July 1984), "On the Existence of an optimal capital structure Theory and Evidence", *Journal of Finance*.
- * Buraimo Babatunde, Simmons, Bob & et al (February 2006) "English Football" *Journal of Sports Economics*,; vol. 7, 1: pp. 29-46
- * Chester, Sir Norman (2002). For football research, British Football on Television, fact sheet 8, university of Leicester, www.Le.ac.uk/sneefr/.
- * Corbett, J. & T. J. & T. Jenkinson. (1994). *The Financing of Industry, 1970- 91: A Comparison*. CERR Discussion Paper, 948
- * Deloitte and Touche (2007). "Football money league, the reign in Spain", www.deloitte.com/dtt/press_release.
- * Deloitte and Touche (2008). "Football money league, the reign in Spain", www.deloitte.com/dtt/press_release.
- * Dobson, Stephen and Goddard, John (2001). "The Economics of Football", United Kingdom, Cambridge University press, First published.
- * Gendrone, M. Lai, V.S & Soumare.L. (2007), Project Finance with Limited Recourse: an option pricing approach to debt capacity and project Risk, *Journal of structured finance*, vol.13, pp.97-104
- * Huda.H Al-Khaja (2001). "Investors opinions about sports marketing in Bahrain", *The Sport Journal*, 4(4), www.TheSportJournal.Org/2001journal/vol4_no4
- * Jechoutek, K.G. & Lamech, R. (1995), Private power Financing: from project finance to corporate finance, public policy for private sector, world Bank Group, No.56. Washington DC.
- * Keshock, Christopher.M. (2004). "The effect of economic impact information on the attitudes of potential sports sponsors operating in mid-size and small college communities", unpublished doctoral degree dissertation, department of sport Management, Recreation Management and Physical Education, Florida State University.
- * Mayer, C. (1991). *Myths of the West: Lessons from Developed Countries*. European Economics for Development Finance, World Bank Working, Paper, 301.
- * Michie, Jonathan and Oughton, Christine (2005). "The corporate governance of professional Football clubs in England", *corporate governance: An international review*, 13(4), PP: 517-531
- * Morrow, S (1999) *the new Business of football*, *Scottish affaires*, 47, 48- 57
- * Mnzava, Bernard (2012). "Financial plight in English premier ship football: An impact of recent global recession" *University of Leeds Pecunia Monográfico*, pp. 179-191
- * Samagaio, António; Eduardo, Couto. (2007) "Sporting, financial and stock market performance in English football: an empirical analysis of structural" *Journal of Sports Economics*,; vol. 7:12
- * Singh, A. & J. Hamid. (1992). *Corporate Financial Structure in Developing Countries*. IFC Technical Paper 1. Washington D. C.
- * Williams, J (2002), "A National survey on the new national stadium", SNCCFR, University of Leicester.

یادداشت‌ها

¹ Deloitte