



## Comparative analysis of the content and process of financial support in the Premier League of Iran and Spain

<b>Ali Mohammad Hashemy</b>	PhD student, Department of Physical Education and Sports Sciences, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Iran
<b>Shahryar Kharazian *</b>	Member of the faculty of Physical, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran
<b>Navid Habibi</b>	Assistant Professor, Department of Management, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran
<b>Mahdi Talebpour</b>	Professor, Department of Physical Education and Sports Sciences, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran

### Abstract

The aim of this research was to analyze the content and financial support trends in the Iranian Football Premier League and the Spanish Football Premier League (La Liga) in four categories: industry, stability, support, and support dependency. This descriptive-analytical research used a comparative study approach through content analysis and quantitative trend analysis. The population and sample of this research were the supporters of clubs participating in La Liga in Spain and the Iranian Football Premier League from 2010 to 2022. All data were collected from library sources and analyzed. The results of the research indicated a clear difference in the analyzed indicators between Iranian and Spanish football. The popular industry supporting and stable industry in Spanish football was betting and online gaming, while in Iran, it was the steel and automotive industries. A notable finding was the strong dependency on the government among support categories in Iranian football, which contrasted with the 100% presence of the private sector in Spain, highlighting the unique role of the private sector. In general, diversifying support categories, aiding in maintaining supporter stability, promoting private sector involvement in football, and strengthening businesses and industries related to sports and football are essential factors for developing support in professional football. It is recommended to focus on these aspects to enhance support in football.

**Key words:** sports club, trend analysis, financial support pattern, football, professional sports.

\* Corresponding Author: E-mail: [Kharazianshahryar@yahoo.com](mailto:Kharazianshahryar@yahoo.com)

**How to Cite:** Hashemy A M, Kharazian Sh, Habibi N, Talebpour M. Comparative analysis of the content and process of financial support in the Premier League of Iran and Spain, Journal of Innovation in Sports Management, 2025; 4(1):109-124



## تحلیل تطبیقی محتوا و روند حمایت مالی در لیگ برتر فوتبال ایران و اسپانیا

**علی محمد هاشمی** | دانشجوی دکتری گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران  
**شهریار خرازیان\*** | عضو هیات علمی گروه تربیت بدنی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران  
**نوید حبیبی** | استادیار گروه مدیریت، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران  
**مهدی طالب پور** | استاد تمام گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

### چکیده

هدف از انجام این تحقیق تحلیل تطبیقی محتوا و روند حمایت مالی در لیگ برتر فوتبال ایران و لیگ برتر اسپانیا (لالیگا) بود که در چهار شاخص رسته‌ها، ثبات، حمایت و وابستگی حمایتی مورد تحلیل و بررسی قرار گرفت. پژوهش حاضر از نوع توصیفی - تحلیلی و رویکرد آن انجام مطالعه تطبیقی از طریق تحلیل محتوا و روند کمی بود. جامعه و نمونه آماری این تحقیق حامیان باشگاه‌های حاضر در لالیگای اسپانیا و لیگ برتر فوتبال ایران از سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ بود. کلیه داده‌ها از طریق کتابخانه‌ای جمع‌آوری و مورد بررسی قرار گرفت. نتایج تحقیق حاکی از تفاوت آشکار در شاخص‌های مورد بین فوتبال ایران و اسپانیا بود. صنعت محبوب حمایتگر و با ثبات در فوتبال اسپانیا شرط‌بندی و بازی‌های آنلاین و در کشور ایران صنایع فولاد و خودروسازی بود. از نکات قابل توجه در یافته‌های تحقیق وابستگی شدید به دولت در میان رسته‌های حمایتی در فوتبال ایران بود که در مقایسه با فوتبال اسپانیا با توجه به حضور صد درصدی بخش خصوصی غیر عادی جلوه می‌نمود. به طور کلی تنوع بخشی به رسته‌های حمایتی، کمک به حفظ و ثبات حامیان، کمک به حضور بخش خصوصی در فوتبال و تقویت کسب و کارها و صنایع مرتبط با ورزش و فوتبال از جمله عوامل ضروری در راستای توسعه حمایت‌گری در فوتبال حرفه‌ای است که در این زمینه پیشنهاد می‌گردد.

**واژه‌های کلیدی:** باشگاه ورزشی، تحلیل روند، الگوی حمایت مالی، فوتبال، ورزش حرفه‌ای.

\* نویسنده مسئول: E-mail: Kharazianshahryar@yahoo.com

ایرانپور مبارکه علی، همتی جمشید، جلیلون محمد، خاکساری غلامرضا، تحلیل تطبیقی محتوا و روند حمایت مالی در لیگ برتر فوتبال ایران و اسپانیا،

فصلنامه نوآوری در مدیریت ورزشی، بهار ۱۴۰۳، ۴(۱): ۱۰۹-۱۲۴

## مقدمه

در حال حاضر در کشورهای توسعه یافته موضوع ورزش، به عنوان یک صنعت بسیار مهم، عاملی موثر در رشد و توسعه اقتصادی کشورها به شمار می‌رود. این صنعت ریشه‌های خود را به سرعت در تمام مناطق جهان گسترش داده است؛ به طوری که میلیاردها نفر به گونه‌ای از آن بهره‌مند می‌گردند. صنعت ورزش با در اختیار داشتن عامل مهمی همچون مسابقات بزرگ ورزشی، امکان بکارگیری فرصت‌های تبلیغاتی و رسانه‌ها را فراهم آورده که این موضوع خود موجب ایجاد بستر لازم برای تعامل میان صنعت، تجارت و ورزش گردیده و به عنوان یک پل راهبردی در خدمت توسعه ورزش و رونق اقتصادی آن قرار گرفته است (ذوالفقاری و همکاران، ۲۰۲۳). هر کشوری برای رسیدن به رشد و توسعه اقتصادی، راه‌های متعددی را دنبال می‌کند. ایران نیز برای در امان ماندن از اقتصاد تک محصولی به شدت نیازمند توسعه در کانال‌های متنوع مالی و اقتصادی است. که در این راستا می‌توان از صنعت ورزش، که یکی از صنایع نوین محسوب می‌گردد، بهره گرفت. این صنعت که در دهه‌های اخیر تاثیر خیره کننده‌ای را در اقتصاد کشورهایی که دارای اقتصاد و فرهنگ متمایز از یکدیگر بوده‌اند داشته، و این موضوع برای فعالان اقتصادی و دولتمردان بسیار بحث برانگیز بوده است (قهرمانیان، ۲۰۱۸). در واقع یکی از علل سرمایه‌گذاری بالای کشورها در زمینه توسعه ورزش، تاثیر بر شرایط اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی یک جامعه بوده (هیوم و استوارت<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷) و علاوه بر آن موجب تقویت وجهه و اعتبار آن کشور در عرصه جهانی خواهد گردید (جانسون و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۸). از طرفی، ورزش در ایران همیشه به عنوان یکی از مباحث فرعی در اقتصاد مورد توجه قرار گرفته است، در حالی که در کشورهای توسعه یافته به عنوان یک رکن مهم اقتصادی به آن نگاه می‌شود. کشورهای پیشرفته، بخش قابل توجهی از تولید ناخالص داخلی<sup>۳</sup> خود را از طریق رونق اقتصادی ورزش به دست می‌آورند، به طوری که در کشورهای ایتالیا، انگلستان و آلمان نسبت اقتصاد ورزش به تولید ناخالص داخلی

به ترتیب ۲ درصد، ۱٫۷ درصد و ۱٫۴ درصد است و حال اینکه این نسبت در کشور ایران ۱٫۱ درصد است (امامی و همکاران، ۲۰۲۲). در این راستا صنعت فوتبال نیز به شدت تحت تاثیر این تحولات اقتصادی ورزش قرار گرفته و به عنوان محبوب ترین ورزش ملی اکثر کشورها، توجه رسانه‌ها و مخاطبان سراسر جهان را به خود جلب کرده است (اتقیا و همکاران، ۲۰۲۲). در بین ارکان صنعت فوتبال، باشگاه‌ها مهمترین بخش بوده و ادامه حیات این صنعت منوط به ادامه‌ی حیات باشگاه‌ها می‌باشد (مهدی‌پور و همکاران، ۲۰۲۴). چراکه در جایگاه کارخانه تولیدی و شرکت‌های فوتبال عمل می‌کنند (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۸). باشگاه‌های فوتبال زمانی قادر به ادامه حیات خواهند بود که بتوانند هزینه‌های خود را پوشش دهند و درآمد ایجاد کنند (اسداللهی و همکاران، ۲۰۲۲). از این رو، در صنعت امروزی فوتبال، ضرورت دارد تا مدیران باشگاه‌ها با اتخاذ راهبردهای مناسب، بیشترین میزان ممکن درآمدزایی را ایجاد کرده و هزینه‌های فراوان لازم برای اداره یک باشگاه حرفه‌ای را فراهم کنند (عبدالمالکی و همکاران، ۲۰۲۲). در این راستا، لالیگا<sup>۴</sup> که با نام تجاری لالیگا سانتاندر نیز شناخته می‌شود، دسته برتر لیگ حرفه‌ای فوتبال اسپانیا است که از این حیث عملکرد بسیار مطلوبی از خود نشان داده است به طوری که حتی پس از تورم اقتصادی اروپا و اثرات آن، نرخ رشد سالانه درآمد باشگاه‌های آن از ۱۳ درصد فراتر رفته است (سانچز و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۲۰) و همین امر سبب شده است تا به یکی از مهمترین لیگ‌های فوتبال دنیا تبدیل شود و پس از لیگ برتر انگلستان به عنوان دومین لیگ معتبر اروپا شناخته شود. این لیگ بیش از هر لیگ دیگری از سوی یوفا در رده اول معتبرترین لیگ‌های اروپایی قرار گرفته است (ابوالقاسم و همکاران، ۲۰۱۸). فوتبال در اسپانیا به عنوان یک پدیده اجتماعی شناخته می‌شود که توجه رسانه‌ها را نیز به خود جلب کرده است. این صنعت در لیگ اسپانیا از طریق اداره خصوصی باشگاه‌ها و همسویی نتایج ورزشی با مسائل اقتصادی بواسطه مدیریت صحیح و حرفه‌ای، حجم هنگفتی سرمایه تولید می‌کند

<sup>1</sup> Hume & Stewart

<sup>2</sup> Johnston et al

<sup>3</sup> GDP

<sup>4</sup> LaLiga

<sup>5</sup> Sanchez et al

نهاد رسمی مالی، بوین<sup>۱۲</sup> به‌عنوان فراهم کننده رسمی قماربازی، ایسر<sup>۱۳</sup> به‌عنوان تکنولوژی رسمی فناوری اطلاعات، مدیا پورو<sup>۱۴</sup> به‌عنوان شبکه رسمی ارتباطات، شرکت هتلداری ان اچ<sup>۱۵</sup> به‌عنوان تامین کننده رسمی هتل، ویولینگ<sup>۱۶</sup> به‌عنوان هواپیمای مسافربری رسمی و بابیبل<sup>۱۷</sup> به‌عنوان محصولات غذایی رسمی. نشان تجاری همه این شرکت‌ها درون استادیوم دورتادور زمین بازی، بر روی دیوارهای محل کنفرانس و وب سایت باشگاه قرار داده شده بود و این باشگاه با تبلیغات برای برندهای مختلف حمایت مالی آن‌ها را بدست می‌آورد (بیرا آروس<sup>۱۸</sup>، ۲۰۰۸). این آمارها مربوط به حامیان مالی فصل ۲۰۰۸-۲۰۰۹ باشگاه بارسلونا بوده و نه تنها این باشگاه بلکه تمامی باشگاه‌های لیگ اسپانیا سالانه و با اتمام قرارداد با حامیان مالی خود، یا آن را تمدید کرده و یا حامیان مالی دیگری را جایگزین خواهند نمود که این امر پویایی و رقابت حمایت مالی از باشگاه‌های فوتبال را در لیگ را نشان می‌دهد. این درحالی است که لیگ برتر فوتبال ایران که به‌عنوان ۳۶امین لیگ قدرتمند فوتبال دنیا و ۴امین لیگ قدرتمند آسیا شناخته شده است (ابوالقاسم و همکاران، ۲۰۱۸)، قادر نبوده تا به درآمدزایی مطلوب و متنوعی دست یابد (الهی و همکاران، ۲۰۰۹). که در این باره امامی فر و همکاران (۲۰۲۳) اذعان داشتند که؛ علت ناکارآمدی مالی باشگاه‌های فوتبال ایران را می‌توان در مقوله‌های دولتی بودن باشگاه‌های ایران؛ ضعف دانش مالی مدیران باشگاه‌ها؛ فقدان تفکر راهبردی؛ ضعف حاکمیت اقتصادی سازمان لیگ و فدراسیون و عدم همراهی نهادهای حاکمیتی برای استقلال مالی صنعت فوتبال، در نظر گرفت. که این وضعیت منجر شده تا سهم درآمدزایی باشگاه‌ها از طریق حمایت دولت یا شرکت مادر به (۶۶٪) برسد (ترابی و همکاران، ۲۰۱۵).

بنابراین می‌توان اذعان داشت که یکی از مهمترین دلایل عدم موفقیت لیگ حرفه‌ای فوتبال کشور، عدم توانایی در درآمدزایی متنوع و مطلوب می‌باشد. در این

(اوردانتا-کاماچو و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۲۲). صنعت فوتبال اسپانیا ۴۷۰۰۰ شغل ایجاد کرده و ارزش وجودی آن ۴,۴۶ بلیون یورو برآورد شده است (الهی و همکاران، ۲۰۰۹). وضعیت مالی لیگ برتر اسپانیا در سال های اخیر بهبود یافته است (اوردانتا-کاماچو و همکاران، ۲۰۲۲)، که علت را می‌توان در بهبود وضعیت اقتصادی باشگاه‌های آن عنوان نمود (آهتیاینن و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۲۰). باشگاه‌ها درآمدهای خود را از طریق حمایت‌های مالی، حق پخش تلویزیونی و حمایت اشخاص معتبر افزایش داده‌اند (اوردانتا و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۲۱). بنابراین می‌توان گفت که منابع مالی و غیرمالی تاثیر بسزایی در دستیابی به عملکرد بهینه باشگاه‌های ورزشی دارد (اولایو<sup>۴</sup>، ۲۰۱۹). امروزه باشگاه‌ها و لیگ‌های مختلف فوتبال دنیا از کانال‌ها و شیوه‌های مختلفی برای درآمدزایی هرچه بیشتر استفاده می‌کنند (چانوات و دزبوردس<sup>۵</sup>، ۲۰۱۷). موسسه مالی دلویت، این درآمدزایی‌ها را در سه دسته کلی درآمدهای حاصل از حق پخش رسانه‌ای، درآمدهای تجاری و درآمدهای روز مسابقه تقسیم بندی می‌کند (دلویت، ۲۰۱۲). که در این میان درآمدهای تجاری بخش بزرگی از آن را دربرمی‌گیرد (سیف پناهی و حمیدی، ۲۰۱۷). برای نمونه عملکرد استثنایی باشگاه فوتبال بارسلونا در لیگ برتر اسپانیا در فصل ۲۰۰۸-۲۰۰۹، موجب رشد چشمگیر درآمد باشگاه به رقم ۳۶۶ میلیون یورو گردید (دلویت<sup>۶</sup>، ۲۰۱۰). باشگاه بارسلونا به غیر از حامی اصلی خود که شرکت قطری، قطر فونديشن<sup>۷</sup> بود، چندین حامی دست دوم داشت: نایک به‌عنوان حامی رسمی پوشاک ورزشی، کوکاکولا به‌عنوان نوشیدنی رسمی، تی وی تری<sup>۸</sup> به‌عنوان کانال رسمی عمومی، آئودی<sup>۹</sup> به‌عنوان اتومبیل رسمی، استرلا دام<sup>۱۰</sup> به‌عنوان آججوی رسمی، لاکایکسا<sup>۱۱</sup> به‌عنوان

<sup>1</sup> Urdaneta-Camacho et al

<sup>2</sup> Ahtiainen

<sup>3</sup> Urdaneta, Rudemaryn et al

<sup>4</sup> Olayo

<sup>5</sup> Chanavat & Desbordes

<sup>6</sup> Deloitte

<sup>7</sup> Qatar Foundation

<sup>8</sup> TV3

<sup>9</sup> Audi

<sup>10</sup> Estrella Damm

<sup>11</sup> La Caixa

<sup>12</sup> Bwin

<sup>13</sup> Acer

<sup>14</sup> Media Pro

<sup>15</sup> NH Hoteles

<sup>16</sup> Vueling

<sup>17</sup> Babybel

<sup>18</sup> Yebra Arcos

نتایج حاکی از آن بود که تفاوت چشمگیری در نحوه درآمدزایی لیگ برتر اسپانیا و باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال کشور وجود داشت. در لیگ اسپانیا و باشگاه موفقی مثل بارسلونا که پیش از این با ذکر مثالی عنوان گردید، تنوع و درآمد بسیاری در بخش حمایت مالی داشته و بسیار موفق عمل کرده است. اما باشگاه‌های فوتبال در ایران وابسته به بودجه دولتی هستند و این امر از آن‌ها مجموعه‌هایی هزینه‌بر ساخته که از نظر اقتصادی حتی با وجود کمک‌های دولتی توان ارائه یک ترانزنامه 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<sup>۱</sup> را وادار کرده تا برای چندمین بار پیایی باشگاه‌های فوتبال ایران را به سازماندهی مجدد در امر درآمدزایی دعوت کند (نادریان، ۲۰۱۲). تاکید دوباره ای اف سی نشان دهنده آن است که باشگاه‌های فعال در لیگ حرفه‌ای ایران تاکنون نتوانسته‌اند از ظرفیت‌های موجود در درآمدزایی از شیوه‌های معقول و غیردولتی بهره ببرند تا با دستیابی به آن از کمک‌های دولتی بی‌نیاز شده و به استقلال مالی برسند. این در حالی است که، در دنیای تجاری امروز موفقیت تجاری و موفقیت ورزشی ارتباط تنگاتنگی با یکدیگر دارند و هیچگاه یکی بدون دیگری به دست نمی‌آید. بلکه ارتباط بین آن‌ها مستقیم بوده و بر یکدیگر تاثیر متقابل دارند. بر همین اساس با توجه به عملکرد بسیار موفق باشگاه‌های اسپانیا در جذب و تنوع کسب درآمد از طریق حامیان مالی، پژوهش حاضر قصد دارد تا محتوا و الگوی حمایت مالی در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران و لیگ برتر اسپانیا به صورت تطبیقی مورد تحلیل قرار دهد تا علاوه بر یافتن اختلاف و کاستی‌ها در بخش درآمدهای تجاری و حامیان مالی، کانال‌های درآمدی و حامیان مالی لیگ اسپانیا را به‌عنوان الگو در جهت درآمدزایی بهتر و ورود حامیان مالی بخش خصوصی کشور به کار بندد. بر همین اساس سوال اصلی پژوهش به این شکل مطرح می‌گردد؛ تحلیل تطبیقی محتوا و الگوی حمایت مالی در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران و لیگ برتر اسپانیا به چه صورت است؟

خصوصاً، سلطانی و همکاران (۲۰۱۹) بیان داشتند که؛ باشگاه‌های بزرگ فوتبال دنیا همواره سودآور و دارای تراز مالی بالا هستند و با توجه به هزینه‌های روزافزون باشگاه‌ها، سهامداران به سراغ منابع مالی دیگر نظیر حمایت مالی جهت تأمین هزینه‌های باشگاه خود می‌روند. این در حالی است که باشگاه‌های فوتبال در ایران هنوز درگیر مشکلات مالی شدید هستند و نتوانسته‌اند از ظرفیت‌های فوتبال کشورمان بهره گیرند و از صنعت فوتبال دنیا بسیار عقب مانده‌اند. عدم توانایی باشگاه‌ها در امر درآمدزایی به یکی از بزرگترین معضلات فوتبال ایران از ابتدای تاسیس تا به امروز تبدیل شده است. چراکه باشگاه‌های ایران سال‌هاست که وابسته به دولت هستند و به غیر از چند باشگاه انگشت شمار، سایر باشگاه‌ها همچنان به صورت مستقیم (مانند پرسپولیس و استقلال) و غیرمستقیم (مانند تیم‌های صنعتی و نظامی) از منابعی که توسط دولت به آنها تزریق می‌شود، امور خود را می‌گذرانند. بر همین اساس باشگاه‌ها می‌توانند با بهره‌گیری از شیوه‌های نوین بازاریابی و منابع مختلف درآمدزایی نظیر: فعالیت‌های تجاری، هواداران، حق پخش رسانه‌ای، تبلیغات، درآمد روز مسابقه، حامیان مالی و سایر منابع، به منظور تأمین نیازهای مالی، توسعه باشگاه و جهت حضور قدرتمند در عرصه‌های داخلی و بین‌المللی، استفاده کنند. در پژوهشی دیگر؛ زارع و همکاران (۲۰۲۲) اذعان کردند که، باشگاه‌های بزرگ فوتبال کشور مانند استقلال و پرسپولیس می‌توانند با بکارگرفتن راهبردهایی مانند درآمدهای تجاری (فعالیت‌های تجاری، سودآوری حمایتی)، درآمدهای رسانه‌ای و تبلیغاتی (سودآوری رسانه‌ای، فعالیت‌های تبلیغاتی) و درآمدهای مدیریتی (مهارت‌های ارتباطی مدیران، مهارت‌های استراتژیک مدیران، پرورش استعدادها، انگیزش و الگوگیری) برای افزایش درآمدزایی خود استفاده کنند. همچنین؛ یافته‌های مهدی‌پور و همکاران (۲۰۲۴) نشان داد؛ چهار متغیر حق پخش تلویزیونی، قرارداد با شرکای تجاری، تصویب قانون کپی رایت و باشگاه‌داری حرفه‌ای جزء پیشران‌های کلیدی درآمدزایی باشگاه سپاهان در آینده می‌باشند؛ براین مبنا در برنامه‌ریزی‌های آتی و تعیین سناریوهای محتمل پیش‌روی، لازم است مورد استفاده قرار گیرند.

<sup>۱</sup> AFC

## روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع توصیفی - تحلیلی و رویکرد آن انجام مطالعه تطبیقی از طریق تحلیل محتوا و روند کمی باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران و اسپانیا بود. در این روش، محتوای قابل مشاهده به صورت کمی و نظام مند توصیف و از لحاظ موضوعی بررسی خواهد گردید. جامعه و نمونه آماری این تحقیق حامیان باشگاه‌های حاضر در لالیگای اسپانیا و لیگ برتر فوتبال ایران از سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ بود. کلیه داده‌ها از طریق کتابخانه‌ای جمع‌آوری و مورد بررسی قرار گرفت ( تمامی اطلاعات مرتبط با باشگاه‌های فوتبال ایران و اسپانیا از طریق وبسایت رسمی و معتبر باشگاه‌ها نیز احصاء گردیده است). گفتنی است که برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی ( فراوانی، درصد فراوانی، نمودارها و جداول) استفاده شد. همین‌طور تجزیه و تحلیل‌ها توسط نرم افزار اکسل انجام گرفت. ابزار جمع‌آوری اطلاعات در این تحقیق برگه کدگذاری محقق ساخته بود که روایی صوری و محتوایی آن توسط چند تن از متخصصین مدیریت ورزشی تایید و پایایی آن با پی‌اسکات ۰/۸۹ محاسبه و تایید گردید.

## واحد تحلیل ( شاخص‌ها):

۱. رسته‌های حمایتی: کلیه صنایع و مشاغل که حامیان مالی باشگاه‌های فوتبال ایران و اسپانیا محسوب می‌شوند.
۲. ثبات حمایتی: میزان زمانی که حامیان به طور رسمی

۳. ارتباط حمایتی: منظور ارتباط حامیان با صنایع ورزشی و غیر ورزشی می باشد.
۴. وابستگی حمایتی: منظور وابستگی حامیان به بدنه دولت‌ها یا حضور در بخش خصوصی می باشد.

## یافته‌های تحقیق

در این بخش داده‌های جمع‌آوری شده در بخش آمار توصیفی پس از محاسبه آمار توصیفی و درصد فراوانی با توجه به سوالات و شاخص‌های تحلیل در قالب جداول اشکال آورده شده است.

سوال اول: محتوا و روند حمایت مالی در باشگاه‌های حرفه‌ای ایران و لیگ برتر اسپانیا به تفکیک رسته‌های حمایتی از سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ چگونه است؟ گفتنی است باشگاه‌هایی در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته‌اند که از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ تقریباً ۸۰ درصد در لیگ برتر فوتبال آن کشور حاضر شده باشند.

همان‌طور که در نمودار روند بالا مشخص گردیده است، صنعت پیر طرفدار در لالیگای اسپانیا صنعت شرط بندی و بازی آنلاین است که اوج دوران خود را در سال ۲۰۲۰ سپری کرده است. صنعت حمل و نقل هوایی و املاک تقریباً پای ثابت حمایت در لالیگای اسپانیا بوده و همین‌طور از صنایع نوین که به تازگی حمایت خود را آغاز کرده است می‌توان به صنعت موسیقی اشاره کرد.

جدول ۱. تحلیل محتوای کمی رسته‌های شغلی در لیگ برتر فوتبال ایران و اسپانیا

لیگ برتر ایران				لیگ برتر اسپانیا			
درصد	تعداد	رسته	شماره	درصد	تعداد	رسته	شماره
۱۸	۳	صنعت فولاد	۱	۳/۲۲	۱	خدمات موسیقی	۱
۲۳	۳	صنعت خودرو	۲	۳۰	۹	شرط بندی و بازی آنلاین	۲
۱۸	۳	بانکداری	۳	۱۹	۶	صنعت گردشگری	۳
۵/۷۵	۱	صنعت میلمان	۴	۳/۲۲	۱	صنعت نفت	۴
۱۸	۳	اپراتور تلفن همراه	۵	۶/۴۵	۲	صنعت بانکداری	۵
۵/۷۵	۱	صنعت نفت	۶	۳/۲۲	۱	فناوری‌های خورشیدی	۶
۵/۷۵	۱	صنعت هواپیمایی	۷	۶/۴۵	۲	صنعت غذایی	۷
۵/۷۵	۱	اینترنت	۸	۶/۴۵	۲	صنعت خودرو	۸
				۶/۴۵	۲	حمل و نقل هوایی	۹
				۶/۴۵	۲	شبکه‌های تلوزیونی	۱۰
				۳/۲۲	۱	کارگذاری املاک	۱۱



نمودار ۱. تحلیل روند رسته‌های شغلی در لیگ برتر فوتبال اسپانیا



نمودار ۲. تحلیل روند رسته‌های شغلی در لیگ برتر فوتبال ایران

که از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ تقریباً ۸۰ درصد در لیگ برتر فوتبال آن کشور حاضر شده باشند. بر پایه یافته‌های جدول شماره ۲، رسته‌های حمایتی در باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ایران و اسپانیا به تفکیک سال‌های حضور (۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲) ارائه شده است. بر اساس یافته‌های جدول شماره ۲، رسته‌های حمایتی مرتبط با هر صنعت و سال‌های حضور یک تجمیع و در جدول شماره ۳ آورده شده است. نمودارهای عنکبوتی ذیل نیز وضعیت توزیع سال‌های حمایتی را در لیگ برتر فوتبال ایران و اسپانیا به نمایش می‌گذارند.

با توجه نمودار شماره ۲ روند حمایت در فوتبال ایران به علل مختلفی دارای نظم و توالی معینی نیست. در این نمودار می‌توان به ثبات صنایع فولاد و نفت، روند صعودی و نزولی خودرو اشاره کرد. در این بین صنعت تلفن همراه و اپراتورها در سال ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ به اوج خود می‌رسد و از سال ۲۰۲۰ دوباره روند صعودی خود را آغاز کرده است. سوال دوم: محتوا و روند حمایت مالی در باشگاه‌های حرفه ای ایران و لیگ برتر اسپانیا به تفکیک ثبات حمایتی از سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ چگونه است؟ گفتنی است باشگاه‌هایی در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته اند

همان‌طور که در نمودار بالا مشخص است. بیشترین ثبات را در لالیگای اسپانیا صنایع غذایی، خودرو، شرط‌بندی و بازی آنلاین و همین‌طور حمل و نقل هوایی دارد.

جدول ۲. تحلیل محتوای کمی ثبات حمایتی در لیگ برتر فوتبال ایران و اسپانیا

لیگ برتر ایران				لیگ برتر اسپانیا (لالیگا)			
تعداد سال	رسته	نام حامی	شماره	تعداد سال	رسته	نام حامی	شماره
۳ سال	صنعت مبلمان	بازار مبل ایران	۱	۵	بازی آنلاین	BWIN	۱
۱ سال	صنعت خودرو	AUDI	۲	۳	گردشگری	آذربایجان	۲
۱۰ سال	صنعت فولاد	فولاد مبارکه	۳	۱	شرط بندی	اینتر وتن	۳
۱۰ سال	صنعت فولاد	K.S.C	۴	۷	صنعت نفت	پترونر	۴
۲ سال	صنعت خودرو	رخش خودرو	۵	۲	بانکداری	کوتسکا	۵
۱۰ سال	صنعت فولاد	شرکت ذوب آهن	۶	۲	فناوری خورشیدی	جینکو سولار	۶
۱۰ سال	صنعت خودرو	ایران خودرو	۷	۲	صنعت غذایی	کونفرمار	۷
۱۰ سال	صنعت نفت	شرکت ملی نفت	۸	۱۰	صنعت خودرو	سیتروئن	۸
۱۰ سال	اپراتور تلفن همراه	همراه اول	۹	۳	گردشگری	کانکوم	۹
۸ سال	اپراتور تلفن همراه	ایرانسل	۱۰	۵	هواپیمایی	قطر ایران	۱۰
۱ سال	بانکداری	موسسه کوثر	۱۱	۱۰	هواپیمایی	فلای امارات	۱۱
۱۰ سال	صنعت خودرو	سایپا	۱۲	۲	گردشگری	ویزیت مالزیا	۱۲
۱ سال	بانکداری	بانک مهر اقتصاد	۱۳	۴	تجارت آنلاین	qbao.com	۱۳
۲ سال	شرکت هواپیمایی	آتا	۱۴	۲	شبکه ورزشی	GOL T	۱۴
۱ سال	عرضه اینترنت	های وب	۱۵	۹	کارگذاری املاک	تکنوکاسا	۱۵
۳ سال	بانکداری	بانک گردشگری	۱۶	۷	تجارت آنلاین	PLU 500	۱۶
				۱	بازی و سرگرمی	52 T T.COM	۱۷
				۱	گردشگری	see purtorico.com	۱۸
				۱	رسانه ورزشی	bein	۱۹
				۷	نوشیدنی ورزشی	استرالا گالیسیا	۲۰
				۲	بازی آنلاین	Play tika	۲۱
				۲	گردشگری	Riviera maya	۲۲
				۲	شرط بندی	ماراتن بت	۲۳
				۱	بازی و سرگرمی	IQONIQ	۲۴
				۱	شرط بندی	betway	۲۵
				۱	بانکداری	DEGIRO	۲۶
				۱	صنعت خودرو	CAZOO	۲۷
				۱	صنعت موسیقی	Spotify	۲۸
				۴	خدمات آنلاین	Rakuten	۲۹

جدول ۳. مجموع و درصد سال های حمایتی در لیگ برتر فوتبال ایران و اسپانیا

لیگ برتر ایران			لیگ برتر اسپانیا		
مجموع سال حمایتی	رسته	شماره	مجموع سال حمایتی	رسته	شماره
۱۰ سال	صنعت فولاد	۱	۱ سال	خدمات موسیقی	۱
۱۰ سال	صنعت خودرو	۲	۱۰ سال	شرط بندی و بازی آنلاین	۲
۵ سال	بانکداری	۳	۱۰ سال	صنعت گردشگری	۳
۳ سال	صنعت مبلمان	۴	۷ سال	صنعت نفت	۴



لیگ برتر ایران			لیگ برتر اسپانیا		
مجموع سال حمایتی	رسته	شماره	مجموع سال حمایتی	رسته	شماره
۱۰ سال	اپراتور تلفن همراه	۵	۳ سال	صنعت بانکداری	۵
۱۰ سال	صنعت نفت	۶	۲ سال	فناوری های خورشیدی	۶
۲ سال	صنعت هواپیمایی	۷	۱۰ سال	صنعت غذایی	۷
۱ سال	اینترنت	۸	۱۰ سال	صنعت خودرو	۸
			۱۰ سال	حمل و نقل هوایی	۹
			۳ سال	شبکه های تلویزیونی	۱۰
			۹ سال	کارگذاری املاک	۱۱



نمودار ۳. نمودار عنکبوتی وضعیت ثبات حمایت در لیگ برتر فوتبال اسپانیا



نمودار ۴. نمودار عنکبوتی وضعیت ثبات حمایت در لیگ برتر فوتبال ایران

مورد بررسی قرار گرفته‌اند که از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ تقریباً ۸۰ درصد در لیگ برتر فوتبال آن کشور حاضر شده باشند.

بر پایه یافته‌های جدول شماره ۴، حضور باشگاه‌ها در بخش خصوص یا دولتی و همین‌طور ارتباط حامی با صنعت ورزش مورد بررسی قرار گرفته که همگی در این جدول خلاصه شده است.

همان‌طور که در نمودار عنکبوتی بالا مشاهده می‌شود؛ بیشترین سال‌های حمایتی را در فوتبال ایران صنایع فولاد، خودرو و نفت تشکیل می‌دهند.

سوال سوم: محتوای حمایت مالی در باشگاه‌های حرفه‌ای ایران و لیگ برتر اسپانیا به تفکیک وابستگی و ارتباط حمایتی با بدنه ورزش از سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ چگونه است؟ گفتنی است باشگاه‌هایی در این پژوهش

جدول ۴. محتوای کمی وضعیت وابستگی و ارتباطی حامیان در لیگ برتر فوتبال ایران و اسپانیا

لیگ برتر ایران				لیگ برتر اسپانیا (لالیگا)			
ارتباط با ورزش	دولتی یا خصوصی	نام حامی	شماره	ارتباط با ورزش	دولتی یا خصوصی	نام حامی	شماره
خیر	خصوصی	بازار میل ایران	۱	خیر	خصوصی	BWIN	۱
خیر	خصوصی	AUDI	۲	خیر	خصوصی	آذربایجان	۲
خیر	دولتی	فولاد مبارکه	۳	خیر	خصوصی	اینتر تن	۳
خیر	دولتی	K.S.C	۴	خیر	خصوصی	پترونز	۴
خیر	دولتی	رخش خودرو	۵	خیر	خصوصی	کوتسکا	۵
خیر	دولتی	شرکت ذوب آهن	۶	خیر	خصوصی	جینکو سولاز	۶
خیر	دولتی	ایران خودرو	۷	خیر	خصوصی	کونفرمار	۷
خیر	دولتی	شرکت ملی نفت	۸	خیر	خصوصی	سیتروئن	۸
خیر	دولتی	همراه اول	۹	خیر	خصوصی	کانکوم	۹
خیر	دولتی	ایرانسل	۱۰	خیر	خصوصی	قطر ایران	۱۰
خیر	دولتی	موسسه کوثر	۱۱	خیر	خصوصی	فلای امارات	۱۱
خیر	دولتی	سایپا	۱۲	خیر	خصوصی	ویزیت مالزیا	۱۲
خیر	دولتی	بانک مهر اقتصاد	۱۳	خیر	خصوصی	qbao.com	۱۳
خیر	خصوصی	آتا	۱۴	بلی	خصوصی	GOL T	۱۴
خیر	دولتی	های وب	۱۵	خیر	خصوصی	تکنوکاسا	۱۵
خیر	دولتی	بانک گردشگری	۱۶	خیر	خصوصی	PLU 500	۱۶
				خیر	خصوصی	52 T T.COM	۱۷
				خیر	خصوصی	see purtorico.com	۱۸
				بلی	خصوصی	bein	۱۹
				بلی	خصوصی	استرالا گالیسیا	۲۰
				خیر	خصوصی	Play tika	۲۱
				خیر	خصوصی	Riviera maya	۲۲
				خیر	خصوصی	ماراتن بت	۲۳
				خیر	خصوصی	IQONIQ	۲۴
				خیر	خصوصی	betway	۲۵
				خیر	خصوصی	DEGIRO	۲۶
				خیر	خصوصی	CAZOO	۲۷
				خیر	خصوصی	Spotify	۲۸
				خیر	خصوصی	Rakuten	۲۹

جدول ۵. وضعیت مجموع وابستگی و ارتباط حمایتی در فوتبال ایران و اسپانیا

لیگ برتر ایران				لیگ برتر اسپانیا			
درصد	مقدار	رسته	عوامل	درصد	مقدار	موضوع	عوامل
۸۲	۱۳	وابستگی به شرکت های دولتی	وابستگی حمایتی	۰	۰	وابستگی به شرکت های دولتی	وابستگی حمایتی
۱۸	۳	وابستگی به بخش خصوصی		۱۰۰	۲۹	وابستگی به بخش خصوصی	
۰	۰	ارتباط با بدنه ورزش	ارتباط حمایتی	۱۰	۳	ارتباط با بدنه ورزش	ارتباط حمایتی
۱۰۰	۱۶	ارتباط با بدنه غیر ورزشی		۹۰	۲۶	ارتباط با بدنه غیر ورزشی	



نمودار ۵. تفاوت وابستگی حمایتی به بخش دولتی یا خصوصی در فوتبال ایران و اسپانیا



نمودار ۶. تفاوت ارتباط حمایتی به بخش ورزشی یا غیر ورزشی در فوتبال ایران و اسپانیا

حمایت باشگاه‌های فوتبال آن ندارد، امری که تقریباً در فوتبال ایران معکوس می‌باشد.

همان طور که در نمودار بالا نمایان است؛ فوتبال اسپانیا از منظر حضور بخش خصوصی در فوتبال خود برتری کامل داشته و به هیچ وجه دولت دخالتی در روند

همان طور که در نمودار بالا مشاهده می شود، در فوتبال ایران هیچ صنعت مرتبط با ورزش و یا فوتبال از آن حمایت نکرده و در فوتبال اسپانیا نیز این مهم فقط در صنایع مرتبط با شرط بندی فوتبال دیده می شود. ( تنها ۸ درصد).

### بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف تحلیل تطبیقی محتوا و روند الگوی حمایت مالی در باشگاه های حرفه ای فوتبال ایران و لیگ برتر اسپانیا انجام گرفت. یافته های تحقیق روند و الگوی حمایت مالی را در سه بعد رسته های حمایتی، ثبات حمایتی و وابستگی و ارتباط حمایتی و در سال های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ نشان داد. نتایج حاکی از آن بود که تنوع رسته های حمایتی در لیگ برتر اسپانیا بسیار بیشتر از لیگ برتر ایران بوده همچنین تمام این سازمان های حامی در لیگ برتر فوتبال اسپانیا به بخش خصوصی تعلق داشته است و اغلب فعالیتی مرتبط با ورزش داشته اند. یافته ها حاکی از درآمدزایی و پویایی باشگاه ها در این لیگ بوده است. در ایران علی رغم تنوع پایین رسته های حمایتی، بیشتر سازمان های حامی نیز ماهیتی دولتی و نامرتبط با ورزش داشته که از باشگاه های حرفه ای فوتبال کشور مجموعه هایی هزینه بر ساخته است. از منظر ثبات حمایتی و تعداد سال های حضور نیز باشگاه های هر دو لیگ وضعیت مشابهی را تجربه کرده اند.

یافته های تحقیق که محتوا و روند الگوی حمایت مالی در باشگاه های حرفه ای ایران و لیگ برتر اسپانیا را به تفکیک رسته های حمایتی از سال های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲، مورد بررسی قرار داد، نشان دادند که؛ تنوع رسته های حمایتی در فوتبال اسپانیا بسیار بالا بوده و در ۱۱ رسته حمایت کننده کلی جای گرفتند. بزرگترین رسته های حمایت مربوط به شرط بندی و بازی آنلاین و صنعت گردشگری بود که به ترتیب تعداد ۹ و ۶ حامی مالی در این رسته فعالیت داشته و مجموع ۳۰ و ۱۹ درصد کل رسته های حمایتی را تشکیل دادند. مابقی رسته ها به ترتیب شامل صنعت بانکداری، صنعت غذایی، صنعت خودرو، حمل و نقل هوایی، شبکه های تلویزیونی، هر کدام ۲ حامی مالی و ۶،۴۵ درصد کل رسته های حمایتی را تشکیل داده و در انتها رسته های حمایتی صنعت نفت،

خدمات موسیقی، فناوری های خورشیدی و کارگزاری املاک هر کدام یک حامی مالی و ۳،۲۲ درصد کل رسته های حمایت مالی را شکل دادند. اما در ایران هشت رسته کلی حمایت را برعهده داشته که بیشترین سهم بر عهده صنعت خودرو با ۳ حامی مالی و ۲۳ درصد، پس از آن صنایع فولاد، بانکداری و اپراتور تلفن همراه در مرتبه بعدی رسته های حمایتی قرار داشته که هر کدام ۳ حامی مالی و ۱۸ درصد کل رسته های حمایتی را تشکیل دادند. در انتها نیز صنایع مبلمان، نفت، هواپیمایی و اینترنت، هر کدام با یک حامی مالی، ۵،۷۵ درصد از کل رسته های حمایتی را تشکیل دادند. تحلیل روند و الگوی این رسته های شغلی در لیگ برتر اسپانیا نشان داد؛ صنعت شرط بندی و بازی های آنلاین، در سال ۲۰۱۲ به رسته های حمایتی ورود کرده و بین سال های ۲۰۱۲ الی ۲۰۱۳ روند کاهشی را تجربه کرده به طوری که در سال ۲۰۱۳ از رسته های حمایتی خارج شده، پس از آن در سال ۲۰۱۳ تا ۲۰۲۰ روندی رو به رشدی داشته و در سال ۲۰۲۰ به اوج خود رسیده است، سپس مجدد روند کاهشی بسیار شدیدی را در سال ۲۰۲۱ تجربه کرده به طوری که در سال ۲۰۲۲ به طور کامل از میان رفته است. صنعت گردشگری از سال ۲۰۱۲ وارد رسته های حمایتی شده و تا سال ۲۰۱۵ حضور و پس از آن روند پر فراز و نشیبی حضور و عدم حضور را طی کرده و در سال ۲۰۲۰ به طور کامل از میان رفته است. صنعت بانکداری به غیر از سال های ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵ که در بین رسته های حمایتی قرار نداشت در دیگر سال ها روند یکسانی در عرصه حمایت داشته و در سال ۲۰۲۲ رو به افزایش بوده است. از کارگزاری املاک و حمل و نقل هوایی می توان به عنوان با ثبات ترین رسته های حمایتی یاد کرد. کارگزاری املاک از بدو ورود خود در سال ۲۰۱۳ به صورت یکسان و بدون تغییر در رسته های حمایتی جای گرفته است و حمل و نقل هوایی در سال ۲۰۱۳ روند افزایشی و در سال ۲۰۱۸ روند کاهش تجربه کرده اما در باقی سال ها با ثبات یکسان بوده و همواره حضور داشته است. صنعت خودرو از سال ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۶ حضور فعال داشته پس از آن تا سال ۲۰۲۱ در رسته های حمایتی قرار نداشته است اما در سال ۲۰۲۲ مجدد به حمایت خود بازگشته است. صنعت غذایی نیز تا سال ۲۰۱۵ در توالی حضور و عدم حضور قرار داشته

همچنین یافته‌های پژوهش محتوا و روند الگوی حمایت مالی در باشگاه‌های حرفه‌ای ایران و لیگ برتر اسپانیا به تفکیک ثبات حمایتی از سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ را مورد بررسی قرار داد، نتایج نشان دادند؛ در لیگ برتر فوتبال اسپانیا تنوع و ثبات شرکت‌های موجود در رسته‌های کلی حامیان مالی بسیار بیشتر بود. به نحوی که ۲۹ شرکت، ۱۱ رسته کلی حامیان مالی را تشکیل می‌دادند. رسته شرط بندی و بازی آنلاین، صنعت گردشگری، خودرو، غذایی و حمل و نقل هوایی هر کدام ۱۰ سال، کارگزاری املاک ۹ سال، صنعت نفت ۷ سال، صنعت بانکداری و شبکه‌های تلویزیونی ۳ سال، فناوری‌های خورشیدی ۲ سال و نهایتاً صنعت نوظهور موسیقی ۱ سال، به‌عنوان حامی مالی در لیگ برتر اسپانیا فعالیت داشتند. در لیگ برتر فوتبال ایران نیز ۱۶ شرکت هشت رسته کلی حمایت مالی را بر عهده گرفتند که در صنعت فولاد سه شرکت مادر ۷۶ سال حامی مالی لیگ برتر فوتبال ایران بودند. چهار شرکت مادر خودرو سازی در رسته صنعت خودرو ۴۶ سال حامی مالی بوده و در رسته صنعت بانکداری در مجموع سه موسسه مالی و اعتباری ۵ سال حامی مالی شدند. در صنعت میلمان، هواپیمایی، اینترنت و نفت هر کدام یک شرکت که به ترتیب سه، دو، یک و ۳۰ سال حامی مالی بودند. و نهایتاً در رسته اپراتور تلفن همراه دو شرکت که در مجموع ۱۸ سال حامی مالی لیگ برتر فوتبال ایران بودند. یافته‌ها حاکی از آن بود که در لیگ برتر اسپانیا تنوع شرکت‌ها در صنایع و رسته‌های کلی بسیار بالا بوده و همچنین یا ثبات در حمایت وجود داشته و یا با از میان رفتن شرکتی از یک صنعت شرکتی دیگر جایگزین آن شده و حمایت مالی را بر عهده گرفته است. این تنوع و ثبات شرکت‌های حامی در صنایع نشان از رضایت حامیان از حمایت مالی و رسیدن به اهدافشان از حمایت را داشته که در نهایت منجر به رغبت شرکت‌ها به حمایت می‌گردد. اما در لیگ برتر فوتبال کشور عدم شور و اشتیاق شرکت‌ها در صنایع مختلف برای حمایت مالی موج می‌زند. با تحلیلی ساده از روند ثبات حمایتی به راحتی می‌توان بی‌حرکتی و بی‌روحي را در لیگ برتر فوتبال ایران مشاهده کرد. سال‌های حضور به‌عنوان حامی مالی شش شرکت مادر در سه صنعت کشور در مجموع ۱۵۲ سال می‌رسد. هشت شرکت باقی مانده که ۵

و پس از آن روند ثباتی را در پیش گرفته است. شبکه‌های تلویزیونی تا سال ۲۰۱۶ به‌صورت نامنظم فعالیت داشته و پس از آن به‌طور کامل از میان رفته است. صنعت نفت نیز به همین شکل بوده و از سال ۲۰۱۵ به بعد در رسته‌های حمایتی جایی را به خود اختصاص نداد. از صنایع نوین که به تازگی حمایت خود را آغاز کرده است می‌توان به صنعت موسیقی اشاره کرد که در سال ۲۰۲۲ حمایت خود را آغاز کرده است. فناوری‌های خورشیدی نیز با یک به حمایت خود خاتمه داد. تحلیل روند الگوی رسته‌های شغلی در لیگ برتر اسپانیا و لیگ برتر فوتبال ایران نشان داد لیگ فوتبال اسپانیا نه تنها از تنوع بیشتری در رسته‌های حمایتی برخوردارند بلکه دارای یک الگوی صعودی یا نزولی مشخص و منظمی می‌باشند اما نمودار روند حمایت در فوتبال ایران به علل مختلفی دارای نظم و توالی معینی نیست. در این نمودار می‌توان به ثبات صنایع فولاد و نفت، روند صعودی و نزولی خودرو اشاره کرد. در این بین صنعت تلفن همراه و اپراتور‌ها در سال ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ به اوج خود می‌رسد و از سال ۲۰۲۰ دوباره روند صعودی خود را آغاز کرده است. بنابراین لیگ حرفه‌ای فوتبال کشور باید در تلاش باشد تا صنایع بیشتری را درگیر حمایت کرده این تنوع حمایتی نه تنها بار سنگین حمایت را از شرکت‌ها و صنایع دولتی برداشته بلکه موجب می‌گردد تا رقابت بین حامیان شکل گرفته و هر ساله شرکت‌های متنوعی در صنایع متعدد متقاضی حمایت باشند و با از میان رفتن یک صنعت یا حامی مالی لیگ حرفه‌ای فوتبال کشور دچار معضلات مالی نگردد. همچنین باید تدابیری اتخاذ شود تا حامیان از مزایای حمایت مالی برخوردار شده تا از حمایت دلسرد نشده و عرضه را خالی نکنند. نتایج پژوهش‌های یبرا آركوس (۲۰۰۸) و الهی و همکاران (۲۰۰۹) صحت‌های بر یافته‌های پژوهش حاضر گذاردند. چراکه این محققان به تنوع حامیان و همچنین پویایی لیگ برتر اسپانیا از منظر تنوع و ثبات حمایت مالی و همچنین جایگزینی سریع در صورت انصراف هر حامی اشاره کردند. اما در لیگ برتر فوتبال ایران شرکت‌ها و صنایع مادر فشار بسیار زیادی متحمل می‌شوند. همانگونه که عنوان گردید علت این همسویی را می‌توان در اهمیت تنوع حامیان مالی و نظم در روند حمایتی آنان عنوان نمود.

می‌توان مشاهده نمود که هیچ شرکت ورزشی در بخش خصوصی حاضر به حمایت مالی از ورزش و فوتبال کشور نشده است. یافته‌ها نشان می‌دهد چنانچه لیگ برتر فوتبال کشور بخواهد از وضعیت فعلی رهایی یافته و روند رو به رشدی از منظر حمایت مالی تجربه کند باید بخش خصوصی و همچنین شرکت‌های ورزشی را درگیر حمایت مالی کرده تا بار سنگین حمایت از روی دولت و شرکت‌های دولتی برداشته شود و لیگ توان درآمدزایی داشته باشد و این خواسته زمانی محقق می‌گردد تا شرایط برای حضور بخش خصوصی فراهم آمده و حامیان به خواسته‌های خود در ازای حمایت مالی دست یابند.

تحلیل تطبیقی محتوا و روند الگوی حمایت مالی در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران و لیگ برتر اسپانیا نشان داد لیگ برتر فوتبال اسپانیا در تعداد رسته‌های کلی حمایتی، ثبات و تنوع شرکت‌های حامی در هر رسته و همچنین حضور بخش خصوصی و مرتبط با ورزش در مقوله حمایت مالی بسیار بهتر از لیگ برتر فوتبال کشور عمل کرده است. بنابراین نتیجه می‌شود چنانچه لیگ برتر فوتبال کشور خواهان درآمدزایی و حمایت مالی بهتر باشد باید شرایط را برای حضور بخش خصوصی فراهم کند و بار سنگین حمایت را از صنایع و شرکت‌های دولتی و مادر بردارد. با این امر تنوع شرکت‌های حامی مالی و رسته‌های حمایتی در بخش خصوصی نیز رو به فزونی رفته و لیگ به حرکت افتاده و درآمدزا می‌گردد. همچنین رقابت در میان حامیان برای حمایت از لیگ برتر فوتبال نیز افزایش می‌یابد. این مطالعه تطبیقی راه‌های درآمدزایی لیگ برتر فوتبال اسپانیا از طریق حمایت مالی را نشان داد. تحلیل محتوا و روند این لیگ که در مقوله حمایت مالی و درآمدزایی یکی از لیگ‌های موفق در دنیا می‌باشد می‌تواند به منزله چراغ راه و راهنمایی برای الگوبرداری لیگ حرفه‌ای عمل کند.

### تشکر و قدردانی

لازم است تا از دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد که ما را در انجام این پژوهش یاری نموده‌اند، تشکر و قدردانی گردد.

صنعت کلی را تشکیل می‌دادند روی هم رفته ۲۹ سال قدمت به عنوان حمایت مالی را دارند. آمار و ارقام نشان از مرگ و عدم پویایی لیگ برتر فوتبال کشور است. در سال‌های بسیار طولانی چند شرکت مادر و وابسته به دولت که برخاسته از صنایع بزرگ کشور بودند تقریباً تنها حامیان مالی مهم فوتبال را تشکیل می‌دادند و سایر صنایع باقی مانده که در چند سازمان کوچک خلاصه می‌شدند حضور بسیار اندکی به عنوان حمایت مالی داشتند. مرکز تحقیقاتی دلویت و تاج نیز در گزارش سالانه خود عنوان کرد سال‌های حضور حامیان مالی در لیگ‌های معتبر اروپایی بسیار طولانی است. این حامیان یا قرارداد‌های خود را به صورت بلند مدت تنظیم کرده و یا مجدد به عقد قرار داد حمایتی با همان تیم‌های سابق روی می‌آورند. در همین راستا؛ پروچاکا (۲۰۱۲) 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 به شکل تجاری آن عنوان نمود. نتایج نادریان و همکاران (۲۰۱۵) نیز، عدم حضور بخش خصوصی در مقوله حمایت مالی و حضور بسیار پررنگ صنایع مادر به عنوان حامیان مالی را نشان داد. که این تحقیقات صحنه‌ای بر یافته‌های پژوهش حاضر گذاردند. این همسویی حاکی از اهمیت ثبات در کنار تنوع شرکت‌های حامی مالی می‌باشد.

و نهایتاً یافته‌ها محتوا و روند الگوی حمایت مالی در باشگاه‌های حرفه‌ای ایران و لیگ برتر اسپانیا به تفکیک وابستگی و ارتباط حمایتی با بدنه ورزش از سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ را مورد بررسی قرار داد، نتایج نشان داد؛ تمامی ۲۹ شرکت حامی مالی لیگ جزیره متعلق به بخش خصوصی بوده و هیچگونه وابستگی به دولت نداشته همچنین ۳ شرکت مرتبط با بدنه ورزش بوده و ۲۶ شرکت هیچ ارتباطی با بدنه ورزش نداشتند که این موضوع در لیگ برتر فوتبال ایران به صورت معکوس بوده و تنها سه سازمان حامی مالی در سه رسته صنعت خودرو، مبلمان و بانکداری به بخش خصوصی مربوط بوده و ۱۳ شرکت دیگر همه مربوط به بخش دولتی بوده و همچنین شرکت‌ها هیچگونه ارتباطی با بدنه ورزش کشور نداشتند. یافته‌ها نشان از حضور حداقلی شرکت‌های بخش خصوصی در میان حامیان مالی را می‌دهد و همچنین در کمال تعجب

12. Hume, P. A., & Stewart, A. D. (2018). Physique assessment in youth sports for talent identification and development. *Best Practice Protocols for Physique Assessment in Sport*, 3-10.

13. Johnston, K., Wattie, N., Schorer, J., & Baker, J. (2018). Talent identification in sport: a systematic review. *Sports medicine*, 48, 97-109.

14. mehdipour, M., Mohammad Pouriqini, H., Najafzadeh, M., & janani, H. (2024). Identifying the driving forces of the future study of income generation of Premier League football clubs (case study: Mobarake Steel Club of Sepahan). *Sport Physiology & Management Investigations*, (), -(in persian).

15. Naderian, M., Rahbari, S., & Ghorbani, M. (2015). A comparative study of how to finance the professional football clubs in Iran's and England premier league. *Applied Research in Sport Management*, 3(3), 31-42.

16. Naderian, Masoud. (2012). Principles and methods of coaching in sports. Alavi Publications, Isfahan, first edition. (In persian).

17. Olayo, J. O. (2019). Succession planning in organizations; Impact on workplace productivity. *Supreme Journal of Business and Management*, 2(1), 1-11.

18. Procházka, D. A. (2012). Financial conditions and transparency of the Czech professional football clubs. *Prague economic papers*, 21(4), 504-521.

19. Sánchez, L. C., Barajas, Á., & Sanchez-Fernandez, P. (2020). Profits may lead teams to lose matches, but scoring goals does not lead to profit. *European Research on Management and Business Economics*, 26(1), 26-32. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2019.12.007>

20. soltani, M., Kargar, G. A., keshkar, S., & Ghafari, F. (2019). Designing the Revenue Model for Iranian Professional Football Clubs. *Sport Management and Development*, 7(4), 42-54. doi: 10.22124/jsmd.2019.3251. (in Persian).

21. Urdaneta-Camacho, R., Guevara-Pérez, J. C., Martín Vallespín, E., & Le Clech, N. (2022). The Other Side of the "League of Stars": Analysis of the Financial Situation of Spanish Football. *International Journal of Financial Studies*, 11(1), 3.

22. Urdaneta, R., Guevara-Pérez, J. C., Llena-Macarulla, F., & Moneva, J. M. (2021). Transparency and accountability in sports: Measuring the social and financial performance of Spanish professional football. *Sustainability*, 13(15), 8663. <https://doi.org/10.3390/su13158663>

## منابع

1. Abdolmaleki, H., Soheili, B., Varmus, M., & Khodayari, A. (2020). Presenting a new mixed method for measuring service quality of health clubs. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 20(5-6), 312-333. (in persian).

2. Ahtiainen, S., & Jarva, H. (2022). Has UEFA's financial fair play regulation increased football clubs' profitability?. *European Sport Management Quarterly*, 22(4), 569-587. <https://doi.org/10.1080/16184742.2020.1820062>

3. Asadollahi, E., Keshtidar, M., Heydari, R., & Perić, M. (2022). Brand identity transfer and consumers' sport commitment in the Iranian Football Premier League: mediating role of promotional and advertising tools. (in persian).

4. Atghia N, Gharekhani H & Yaghoubi S. (2021). Prerequisites for Transference of Professional Football Clubs in Iran with Emphasis on Economic Requirements. *Journal of New Studies in Sport Management*, 2(4 ). (in persian).

5. Chanavat, N., & Desbordes, M. (2017). The Marketing of football. *Routledge Handbook of Football Marketing*, 6(7), 56.

6. Deloitte. (2010). "Spanish Masters Football Money League", Sports Business Group. March 2010.

7. Deloitte. (2012). "Fan power Football Money League". Sports Business Group. February 2012.

8. Elhi Alireza, Sajjadi Sayed Nasrollah, Khabiri Mohammad, & Abrishami Hamid. (2009). Obstacles in the development of attracting income from financial support in the football industry of the Islamic Republic of Iran. (in persian).

9. emami, A., emami, F., & afshari, M. (2022). The effects of investment development on the economic empowerment of Iran's sports industry: An Exploratory study. *Strategic Studies on Youth and Sports*, 21(56), 229-254. doi: 10.22034/ssys.2022.1522.2113(in persian).

10. Emamifar, A., Abdolmaleki, H., Noorbakhsh, M., & Khodayari, A. (2023). Financial fair play: An effective tool to get out of the financial problems of Iranian football clubs. *Sport Management Journal*, 15(4), -. doi: 10.22059/jsm.2022.335484.2864(in persian).

11. Ghahremanian. (2018). Investigating the dimensions of the sports economy, what effect does the sports industry have on the economy? *Specialized Scientific-Educational Monthly of Tadbir Management*, 29(304), 3-7. (in persian).

23. Zhang, J. J., Kim, E., Mastromartino, B., Qian, T. Y., & Nauright, J. (2018). The sport industry in growing economies: critical issues and challenges. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 19(2), 110-126. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-03-2018-0023>
24. Zare Abdansari, Azizian Kohn, & Rezapour. (2022). A change in strategies related to income generation of Esteghlal and Persepolis football clubs. *Communication management in sports media*, 10(1), 40-55. (in persian).
25. Zolfaghari, M., Nobakhat, Z., & Naderinasab, M. (2023). Designing the Economic Development Model for the Premier soccer League Clubs. *Strategic Studies on Youth and Sports*, 21(58), 293-312. doi: 10.22034/ssys.2022.857.1586(in persian).