



تبیین جامعه‌شناختی نقش صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش

رضا صادق پور^۱، محمدرضا اسمعیلی*^۲، طیبه زرگر^۳

۱- دانشجوی دکتری تخصصی جامعه‌شناسی ورزش، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۲- دانشیار گروه مدیریت ورزشی، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. <https://orcid.org/0000-0001-9397-2826>

۳- دانشیار گروه مدیریت ورزشی در تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

تاریخ ارسال: ۱۴۰۲/۰۲/۲۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۱۴ تاریخ چاپ: ۱۴۰۲/۱۲/۰۱

چکیده

مطالعه حاضر با هدف شناسایی و فهم پدیده جامعه‌شناختی صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش با رویکرد کیفی و مبتنی بر روش نظریه‌مبنایی می‌کوشد یک مدل پارادایمی از مفهوم را بر اساس برداشت‌های ذهنی و تفاسیر کنشگران را در جامعه ورزشی و بانکی ارائه دهد. مشارکت‌کنندگان در این تحقیق ۳۱ نفر از مدیران بانکی، کارشناسان ورزشی بودند که با استفاده از شیوه نمونه‌گیری نظری و قضاوتی به صورت حضوری و داوطلبانه انتخاب شدند. به کمک مصاحبه‌های باز و نیمه ساختاریافته داده‌های تحقیق بر اساس محورهای سه‌گانه پرسش (چیست و چرا و چگونه) گردآوری گردیده است. مجموعه‌ای از مضامین اولیه طی فرایند کدگذاری باز، گردآوری و از بطن آنها مقوله‌هایی استخراج گردید. سپس در مرحله کدگذاری محوری، پیوند میان مقوله‌ها ذیل عناوین شرایط علی، پدیده محوری، مقوله راهبردی، شرایط زمینه‌ای، مقوله میانجی و مقوله پیامدی در قالب مدل پارادایمی اشتراوس کوربین تنظیم شد. نتایج پژوهش به ۷ مقوله اصلی و ۳۹ زیر مقوله و در مرحله کدگذاری گزینشی، اجزای پارادایم کدگذاری تشریح شد. یافته‌ها نشان داد که هرزمان اقتصاد و ورزش به مدد گسترش رسانه‌ها با یکدیگر به تعامل پرداختند، روند موسوم به تجاری شدن ورزش شکل نوینی گرفت؛ این تعامل دارای سودمندی‌های متقابلی برای نهاد ورزش و اقتصاد است.

واژه‌های کلیدی: صنعت ورزش، صنعت بانکداری، باشگاه‌داری، توسعه، تجهیز منابع

مقدمه

امروزه ورزش به عنوان یک بخش اقتصادی چه از بعد عملی و چه تماشایی در تولید و مصرف کالاها، خدمات ورزشی و توسعه اقتصادی جوامع مختلف نقش اساسی دارد. پتانسیل اقتصادی ورزش به واسطه‌ی کارکرد اقتصادی آن برجسته می‌شود. کارکرد اقتصادی ورزش از فعالیت‌هایی نظیر: تولید کالاهای ورزشی، رویدادهای ورزشی، ارائه خدمات ورزشی و ... ناشی می‌گردد. به عنوان مثال در کشور انگلستان ارزش افزوده‌ی فعالیت‌های ورزشی در حدود ۷/۱ درصد از تولید ناخالص ملی را تشکیل می‌دهد که این سهم از درآمدهای حاصل از ورزش با درآمدهای حاصل از صنعت خودرو و صنایع غذایی قابل مقایسه است. علاوه بر اینکه ورزش به عنوان یک نیروی اقتصادی منشاء اثر است به عنوان یک کاتالیست و عامل شتاب دهنده بالقوه برای توسعه‌ی اقتصادی نیز در نظر گرفته می‌شود (Haji Vand, 2017). هرگونه فعالیت ورزشی حرفه‌ای و غیر حرفه‌ای که موجبات افزایش ارزش افزوده کالاها و خدمات ورزشی را فراهم آورد، صنعت ورزش محسوب می‌شود. ملنیک^۱ (۱۹۹۳) در رابطه با تعریف صنعت ورزش بر بازارهای مرتبط با ورزش، آمادگی و تفریحات سالم تأکید دارد. در کل، صنعت ورزش به مجموعه فعالیت‌های مرتبط با تولید و بازاریابی کالاها و خدمات ورزشی گفته می‌شود که در ارتقاء ارزش افزوده نقش داشته باشند (Melnick, 1993). اجزای صنعت ورزش بر اساس انواع محصولات و مشتریان به سه بخش عملکرد، تولیدات و توسعه ورزشی تقسیم شده است: عملکرد ورزشی در برگیرنده امور مربوط به شرکت کنندگان و تماشاگران ورزشی است. بخش تولیدات ورزشی، کلیه کالاها و خدمات مورد نیاز جهت ایجاد و یا تسهیل بخش عملکرد ورزشی را فراهم می‌کند. بخش توسعه ورزشی، به کالاها و خدماتی که به پیشبرد تولیدات و عملکرد ورزشی یاری می‌رسانند، اطلاق می‌شود.

در قرن حاضر به هیچ وجه نمی‌توان از اهمیت اقتصادی و آثار مستقیم و غیر مستقیم ورزش و تفریحات سالم در توسعه جوامع مختلف چشم پوشی کرد. دانش و اطلاعات حاصل از بررسی آثار اقتصادی این صنعت مهمترین ابزار تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری‌های صحیح اقتصادی هر کشوری می‌شود (Haji Vand, 2017).

به عبارتی دیگر، ورزش با ایجاد مکانیسم‌های مؤثر به طور مستقیم و غیر مستقیم بر اقتصاد تأثیر گذاشته که این تأثیرات شامل موارد زیر می‌باشد:

- ورزش باعث افزایش سطح سلامت و تندرستی در میان افراد جامعه می‌شود و افزایش سطح سلامت با تأثیر بر سرمایه انسانی و نیز سرمایه اجتماعی، سبب افزایش سطح بهره‌وری اقتصادی در بخشهای تولیدی و خدماتی می‌گردد.

- گسترش ورزش سبب افزایش سطح سلامت شده و هزینه‌های بهداشتی، درمانی و هزینه‌های جانبی آن را در جامعه کاهش می‌دهد به افزایش چشمگیر شاغلان در بخش ورزش که بر روند جاری اقتصاد حاکم بر کشورها، بخصوص کشورهای پیشرفته تأثیر گذاشته و از حجم بیکاران در حال افزایش کاسته است.

- از ورزش به عنوان ابزاری مؤثر برای بازاریابی و فروش کالاهای ورزشی و غیر ورزشی استفاده می‌شود.

- سرمایه‌های پولی و مالی به بازارهای داخلی از طریق برگزاری مسابقات ورزشی در سطح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی وارد می‌شود (Baughn, Bodie, McIntosh, & management, 2007). از دیگر فواید اقتصادی مستقیم ورزش، تأثیر این صنعت بر

مبادلات خارجی کشورهاست که موجب شده سهم این صنعت از تجارت جهانی را به ۲/۵ درصد برساند (Askarian, 2018).

با این مباحث می‌توان نتیجه گرفت که صنعت ورزش با صنعت بانکداری رابطه معناداری دارند صنعت بانکداری یکی از مهمترین صنایع خدماتی در دنیای امروز است که تأمین‌کننده زیرساخت‌ها و امکانات مورد نیاز برای تأمین مالی، پرداخت، انتقال وجوه و سایر خدمات مالی مورد نیاز زندگی روزمره و همچنین ارتباطات مالی جامعه ورزشی است. بانک‌ها محلی امن برای تبادلات و تعاملات مالی و اعتباری میان اجزای مختلف اقتصاد کشور و جهان هستند. می‌توان گفت بدون وجود بانک‌ها عملاً هیچ فعالیت اقتصادی در دنیای امروز امکانپذیر نیست و همین امر باعث اهمیت و تأثیر خارق‌العاده‌ی بانک‌ها در دنیای امروز ورزشی شده است، بانک‌ها به دلیل منبع اصلی تأمین مالی اکثر فعالیت‌ها، بخصوص فعالیت‌های اقتصادی نقش بسیار مهمی در توسعه و رشد ورزشی کشورها دارند و به عنوان تأمین‌کننده نقدینگی در ارائه خدمات و تولیدکننده اطلاعات عمل‌کنند (Carroll & society, 1999). پژوهش حاضر در پی کشف این

^۱ Melnick

حقیقت است که تبیین جامعه‌شناختی نقش صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش را بررسی کند و درصد دستیابی پاسخ به این سوال می باشد که ابعاد مختلف کنش اجتماعی مربیان، مدیران و کارشناسان چگونه تبیین می‌شود؟ در اینجا به نظریات جامعه‌شناسی تاثیر صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش پرداخته شده است:

نظریه ارزش‌های فرهنگی سیستماتیک تالکوت پارسونز^۱ (پارسونز، ۱۹۷۹) در صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش:

بانک‌ها باید بر اساس ارزش‌های فرهنگی جامعه خود و همچنین دستورالعمل‌ها و مقررات میدان‌های ورزشی و نهادهای بین‌المللی ورزش مقررات، قوانین و دستورالعمل‌های صنعت بانک‌داری را با دستورالعمل‌های ورزش انطباق دهند. بطوری که هم ارزش‌های فرهنگی را رعایت کنند و هم قوانین نهادهای بین‌المللی را با اهداف باشگاه‌ها، فدراسیون‌ها و موسسات مردم‌نهاد ورزشی هماهنگ سازند. این همسویی باید در واحدهای داخلی از جمله واحدهای بازاریابی، واحد تشکیلات و روش‌ها، واحد امور بین‌الملل، باشگاه‌ها، هواداران، هیات‌ها، فدراسیون با کنفدراسیون‌ها و نهادهای بالادستی از جمله AFC و کمیته بین‌المللی المپیک، در راستای پیشرفت جامعه و نگهداشت الگوهای ورزشی مبتنی بر حفظ فرهنگ و ارزش‌های جامعه جریان داشته باشد. به این ترتیب می‌توان در رویدادهای بین‌المللی، نقش موثری جهت انتقال نظام ارزش‌های فرهنگی جامعه خود ایفا کرد (Sadegh Pour, 2014).

نظریه ارزشی شدن کارل مارکس^۲ در صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش:

صنعت بانک‌داری می‌تواند ارزش‌های مازاد (سود و منفعت) کسب شده از ارائه خدمات اعتباری انفورماتیکی به صنعت باشگاه‌داری فوتبال را تبدیل به خدمات اجتماعی هواداران و در نتیجه هم به منافع خود و هم به منافع هواداران باشگاه‌ها در کشور و هم به صاحبان سهام باشگاه‌های کشور تعریف و طراحی نماید و تبدیل به یک فرایند تبدیلی که ارزشی شدن نامیده می‌شود خواهد شد و یک داروی مثبت و آرامبخش و میان‌مدت و بلندمدت را برای تولید ارزش‌های کاربردی در درون ارزش‌های مبادله‌ای خلق نماید. بعنوان مثال وقتی که بانک‌ها فروش بلیط اینترنتی را از طریق درگاه‌های خود برای مشتریان و هواداران باشگاه‌ها طراحی و تولید می‌کنند خود یک ارزش است که منجر به سود و منفعت چند جانبه‌ای مبادله‌ای می‌شود هم در وقت و هم در امنیت و هم در کاهش ترافیک جامعه، کاهش آلودگی هوای خیابان‌ها و شهرها کمک می‌کند (محیط زیست) و هم کسب درآمد برای ورزش و هم کسب درآمد برای صنعت بانکداری به ارمغان خواهد آورد که در نتیجه این خدمات منجر به ارزشی برای جامعه ورزش کشور است (Sadegh Pour, 2014).

نظریه نظام و استعمار زیست جهان یورگن هابرماس^۳ (هابرماس، ۱۹۹۷) در صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش

با توجه به نظریه هابرماس عقلانیت ابزاری در ورزش بر عقلانیت معرفتی و دانشی و نظام اخلاقی جامعه برتری یافته است و پول و ثروت صرفاً برای نظام سرمایه‌داری و مالکین است نقش بانک‌ها علاوه بر خدمات تسهیلاتی و اعتباری (ارزی و ریالی)، در نهایت منفعت و سود به سهامداران خدمات‌رسانی به عامه جامعه ورزش از جمله خدمات آنلاین و افلاین در حوزه‌های بانکداری و ارائه تسهیلات ارزان‌قیمت و توافقی به ورزشکاران و هواداران بر اساس منابع مالکین باشگاه در سیستم بانکی می‌تواند بخشی از مشکلات ورزشکاران و هواداران که به دلیل فشارهای اقتصادی و تورم‌زا زندگی آنان به سمت عقلانیت ابزاری در حرکت هستند روند کاهشی ایجاد کند معمولاً در کشور‌های اروپایی قدرت لابی‌گری و پولی مالکین سرمایه‌دار باشگاه‌ها به دلایل ارتباط‌های دولتی و بانکی از منابع و سایر خدمات بانک بیشتر استفاده و پول و منابع بانکی صرفاً در اختیار بخش کوچکی از قدرتمندان قرار خواهد گرفت، چون بانک‌ها خود نیز به دنبال کسب درآمد و سود مطمئن‌تری هستند معمولاً از ریسک‌پذیری کمتری برخوردارند به سمت عقلانیت ابزاری حرکت می‌کنند که این مهم موجب فروپاشی نظام

² Talcott Parsons

³ Karl Heinrich Marx

¹ Jurgen Habermas

اخلاقی و اعتمادی مردم نسبت به بانک‌ها خواهد شد و مردم اعتقاد دارند که بانک‌ها در اختیار ثروتمندان خاص قرار دارند به همین دلیل بر اساس رسالت اجتماعی، کسب درآمد می‌توان بر اساس طراحی و تولید جذب منابع هواداران به عنوان مشتریان خرد و بازیکنان و مربیان و افراد مرتبط با برگزاری مسابقات شرایط و بسته‌های حمایتی، تشویقی و تسهیلاتی برای صنعت ورزش نیز در نظر گرفت (Sadegh Pour, 2014).

نظریه ساختار و عاملیت آنتونی گیدنز^۱ (گیدنز، ۲۰۰۴) در صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش

در شرایط کنونی ساختارها چه در حوزه بانکداری و در چه حوزه ورزش که می‌بایستی توانا کننده عمل کنند به بازدارنده تبدیل شده‌اند و ورزشکاران و هواداران که عاملیت در ورزش هستند به دلایل ساختارهای سیستم بانکی و سیستم ورزش از منابع و قواعد همدیگر بی‌خبر و یا کم‌خبراند و یا کمتر آگاهی دارند باید کارشناسان و تصمیم‌گیرندگان دانش بانکی و ورزشی رویه مشترک عمومی و تخصصی را با خلاقیت و نوآوری تعریف، طراحی و تولید نمایند و در کوتاه‌ترین زمان ممکن، وادارنده‌ها (قواعد) تبدیل به تواناکننده‌ها، تسهیلات و امکانات تغییر کنند. در نتیجه شناخت موانع دو ساختار که در شرایط فعلی بازدارنده هستند و نمی‌توان از ویژگی‌های دو ساختار برای عاملیت نیز استفاده کرد با مطالعه، بررسی، راهکار و آگاهی عملی به دو ساختار شرایط فراهم کرد تا ویژگی‌های دو ساختار برای دوطرف بازنگری کرد و تا بازاندیشی، هم‌اندیشی و خردورزی بر یک نظام معنای مشترک برسد که بر سطح فرهنگ بانکداری و صنعت ورزش تاثیر مثبت برای عاملیت صورت پذیرد، کارشناسان به مثابه موجودی خلاق و معناساز در سطح تعاملات دو صنعت دست به تفسیر و بازاندیشی و بازسازی می‌زند که بتواند یک نظام معنای مشترک ایجاد کند که بر سطح صنعت ورزش و بانکداری تاثیر بگذارد (Sadegh Pour, 2014).

نظریه تکنولوژی‌های کنترلی میشل فوکو^۲ (فوکو، ۱۹۸۴) در صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش

صنعت بانکداری می‌تواند در رابطه با تکنولوژی‌های کنترلی در صنعت ورزش از طریق طرح‌های سراسرین کنترلی و نظارتی خود و همچنین سیستم قضاوت‌های بازرسی بهنجارساز، سیستم‌های امتحانی را رونق ببخشد. بدین ترتیب نقل و انتقال وجوه در ورزش کاملاً حرفه‌ای کنترلی و آنلاین رصدیابی و به شفاف سازی در صنعت ورزش نقش کلیدی و مهمی را ایفا کند و در کم‌رنگ شدن پول شویی در جامعه ورزش و سایر نقل و انتقالات وجوه غیر رسمی در ورزش با استفاده از دانش تکنولوژی‌های کنترلی و بازرسی و حسابرسی آنلاین در سلامت سیستماتیک ورزش خدمات شایانی را ارائه نمایند (Sadegh Pour, 2014).

جدول (۱): چارچوب مفهومی

چارچوب مفهومی	پارادایم
نظریه ارزشهای فرهنگی سیستماتیک در صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش نظریه «آجیل» (A.G.I.L) پارسونز : انطباق A (تحصیل منابع کافی) نیل به هدف G (هدف‌گذاری و اجرا) انسجام و یکپارچگی I (هماهنگی بین واحدها) کمون یا نهفتگی یا نگهداشت الگو L (ایجاد و حفظ فرهنگ و ارزش‌ها)	تیبین جامعه‌شناختی صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش
نظریه ارزشی شدن در صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش	(۱) نظریه کارل مارکس
نظریه نظام و استعمار زیست جهان در صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش	پارادایم انتقادی (۲) نظریه هابرماس

²Anthony Giddens

³Paul Michel foucault

نظریه ساختار و عاملیت گیدنز در صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش	پارادایم برساختی - تفسیری	۱) نظریه گیدنز
نظریه تکنولوژی‌های کنترلی در صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش	پارادایم پست مدرن	۱) نظریه میشل فوکو

تحقیقی که محمدی و همکاران (۱۳۹۸) انجام داده اند به طراحی مدل کیفی توسعه اقتصادی صنعت ورزش ایران با رویکرد تولید در کلاس جهانی پرداخته است و به این نتیجه دست یافته است که بین توسعه اقتصادی صنعت ورزش و عوامل آن (توسعه نهادی، ساختار و مالکیت، توسعه رسانه ای، توسعه علمی- پژوهشی، توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن، توسعه نیروی انسانی، توسعه امکانات و زیرساخت، توسعه حقوقی و قانونی، توسعه بنگاه های صادرات، توسعه و گسترش شبکه های اجتماعی) با عوامل تولید در کلاس جهانی (کیفیت، نوآوری، هزینه، زمان، انعطاف پذیری) و عوامل خدمت در کلاس جهانی (فروش و پس از فروش) رابطه علی و اثر گذار وجود دارد که می تواند باعث توسعه صنعت ورزش در کلاس جهانی شود (MOHAMMADI, Kalateh Seifari, razavi, & Farsijani, 2019).

تحقیقی که رضایی (۱۳۹۶) انجام داده است به طراحی مدل درآمدزایی باشگاه های فوتبال ایران پرداخته و به این نتیجه دست یافته است که تئوری جوهری مدل درآمدزایی باشگاه های فوتبال ایران دارای هفت مؤلفه: مکانیزم های مؤثر مدیریتی، مکانیزم های مالی، مکانیزم های آموزش، مکانیزم های اصلاح ساختار فوتبال، مکانیزم های اصلاح فرهنگ، مکانیزم های حقوقی- قانونی و استقرار مدل درآمدزایی است که توسعه و موفقیت باشگاه های فوتبال ایران در گرو مدیریت برتر این مؤلفه ها است (Rezaei, 2018).

تحقیقی که یوسفی زرنندی و همکاران (۱۳۹۵) انجام داده است به موانع رقابت پذیری کالاهای داخلی با نمونه های خارجی در بخش تولیدی صنعت ورزش ایران پرداخته و به این نتیجه دست یافته است که بین موانع رقابت پذیری (درون بخشی، فرابخشی داخلی، فرابخشی خارجی) با کالاهای خارجی در بخش تولیدی صنعت ورزش ایران اختلاف معنی داری وجود دارد. لذا با توجه به موانع موجود بر سر راه تولید لازم است که سیاست گذاران و تصمیم گیرندگان کلان کشور با همراهی بخش خصوصی بسترهای لازم در جهت بهبود فرایند تولید و سرمایه گذاری را فراهم نموده و با رفع مشکلات و موانع تولید راه را برای یک اقتصاد پویا هموار نمایند (Yosofie Zarandi, Sharifian, & ghahraman tabrizi, 2016).

تحقیقی که جوانی و همکاران (۱۳۹۵) انجام داده است به طراحی مدل بردسازی با رویکرد تفکر استراتژیک در ورزش ایران پرداخته و به این نتیجه دست یافته است که برند ورزش و برندهای ورزشی، برندهایی فراگیر هستند، برند فراگیر، پیوند برندهای «شخص، محصول و نهاد» است بنابراین هر سه نوع بردسازی، شخص، محصول و نهاد، در صنعت ورزش موضوعیت دارد. این پژوهش از نوع تحقیقات اکتشافی و به تناسب رویکرد پژوهش کیفی بود، برای این منظور به خبرگان حوزه بردسازی مراجعه و از طریق مصاحبه عمیق به جمع آوری داده ها پرداخته شد و روش نمونه گیری در این پژوهش گلوله برفی بود. در نهایت از دل داده ها ۱۵ مقوله اصلی در سه سطح؛ رفتاری، سازمانی و رویداد استخراج شد. این مدل نمایش ساده ای از بردسازی صنعت ورزش ایران است که سعی بر آن بود که ساخت های اساسی بردسازی صنعت ورزش ایران را دربرگیرد (Javani, ehsani, amiri, & kozechian, 2016).

تحقیقی که خراسانی و همکاران (۱۳۹۴) انجام داده اند، به تحلیل صنعت ورزش ایران با استفاده از مدل ۵ نیروی پورتر پرداخته و به این نتیجه دست یافته است که در جهان امروزی رقابت بین شرکت ها تنها معلول وجود رقبا نیست. پورتر اعتقاد دارد که محیط رقابتی صنعت توسط تقابل پنج نیروی نسبتا با ثبات تعیین می شود. این نیروها عبارتند از تهدید ورود رقبای جدید، توان چانه زنی خریداران، توان چانه زنی تامین کنندگان، تهدید ورود محصولات جایگزین، شدت رقابت بین رقبای موجود (khorasani torghi & Abdolmaleki, 2016).

تحقیقی که صدقی و همکاران (۱۳۹۳) انجام داده اند به بررسی نقش بانک ها و موسسات اداری در سرمایه گذاری خصوصی ورزش استان آذربایجان شرقی پرداخته و به این نتیجه دست یافته است که رابطه ی منفی و معنی داری بین موانع مربوط به

اموربانکی با میزان سرمایه گذاری ورزشی خصوصی در استان آذربایجان شرقی وجود دارد. همچنین، به غیر از بخش موانع مربوط به امور بیمه ای، تفاوت معنی داری بین اولویت موانع مختلف از دیدگاه صاحبان سرمایه در بخش اداری وجود دارد همچنین در بین کلیه بخش ها، موانع مربوط به اموربانکی، مهم ترین مانع محسوب می شود. با کاهش موانع مربوط به اموراتصادی و بانکی به عنوان مهمترین مانع عنوان شده و همچنین توجه بیشتر برخی موسسات اداری شناسایی شده به نقش خود در این راستا می توان بر میزان سرمایه گذاری خصوصی در ورزش استان آذربایجان شرقی افزود (sedghi & Askarian, 2013).

هاپوکا و همکاران^۱ (۲۰۲۱) مروری بر متون اندازه گیری سرمایه انسانی در بازارهای ورزشی و امور مالی بانکی دارند. وی 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 (Hupka, Garner, Simkins, & Humphrey, 2022).

تحقیقات فری^۲ (۲۰۲۰) نشان می دهد که با وجود اینکه همکاری بخش خصوصی در بخش ورزش موجب بهبود بهره وری و کاهش هزینه های دولت می گردد، بهبود در فرآیند خصوصی سازی بستگی به روش اجرای آن و مدیریت حرفه ای و عملی آن دارد. در نتیجه مشکلاتی همچون مشکلات مالی، ساختاری، مدیریتی و نقض حقوق مشتریان تحت تاثیر اجرای نا کارآمد خصوصی سازی بوجود می آید (Frey & Eitzen, 2020).

تحقیقات آن هرناوندز^۳ (۲۰۲۰) نشان می دهد که در کشور آلمان توسعه ی بخش خصوصی با سایر کشورها همچون کانادا، انگلستان، آمریکا و استرالیا متفاوت است در این بخش خصوصی و دولت همکاری نزدیکی با یکدیگر دارند. عوامل تمرکز زدایی و خصوصی سازی نقش اساسی در اصل یارانه ایی (سوبسید) ایفا می کنند که باعث بهبود اداری سازمان های ورزشی شده و موجب فراهم شدن بستر سیاسی و اقتصادی در بخش خصوصی این کشور گردیده است (Hernandez, 2002).

اگر استراتژی سازمانهای ورزشی، تولید و عرضه انبوه، تامین نقدینگی کافی برای ورزش گسترده باشد، استراتژی نیروی انسانی تحت تاثیر ارزشهای فنی نوین است و کارایی و شاخص های فنی اصل خواهد بود. با وجود پیشرفت علم و فناوری که ترویج، فروش، ارتباطات، بازاریابی و نحو کسب درآمد برای سازمان های ورزشی را به کلی متحول کرده است اما فدراسیون های ورزشی در ایران نتوانسته اند به خوبی از این راهبرد به منظور تامین منابع مالی و رفع نیازهای مالی بهره کافی ببرند به همین دلیل مدیریت ورزشی نیازمند توسعه منابع انسانی متناسب با علم و دانش روز در حوزه های مالی، حقوقی، الکترونیکی، بانکداری، بازاریابی و درآمدی ست. در عرصه ورزش به یقین نیروی انسانی آموزش دیده و کارا دارایی محسوب می شود و به عنوان یک مزیت رقابتی منظور می شوند اگر بخواهیم از تحقیقات هاپوکا و همکاران (۲۰۲۱) و فری (۲۰۲۰) بهره ببریم به نقش حمایتی بانکها و حامیان مالی با توجه به منابع محدود دولتی، نیاز به توسعه منابع انسانی با تخصص های متفاوت، فعال سازی و مشارکت بخش خصوصی برای توسعه می تواند تا اندازه ی زیادی راهگشا باشد. در راستای اهداف پژوهش و تحلیل داده ها و یافته ها نشان می دهد که کمک های ناکافی منابع دولتی برای توسعه ورزش کفایت نمی کند و نیاز به حامیان مالی از جمله بانکها برای اجرای بخش اعظم پروژه ها و طرح ها ضروری بنظر می رسد پژوهش حاضر را شاید بتوان گفت که از زاویه ای نسبتا جدیدتر با رویکرد ترکیبی به مقوله شناسایی صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش که همزمان به انواع تبعات، علل، بستر و شرایط دخیل و پیامدها و استراتژی ها و آرایه راهکارهایی است که منجر به توسعه و اعتلای صنعت ورزش ایران می شود را بررسی کرده است این تحقیق که در نوع خود مطالعه جدیدی است که در تحقیقات پیشین فاقد بررسی این تنوع بعدها با هم بوده است و تنها از یک جنبه به تبعات قضیه مورد پژوهش مورد نظر ما پرداخته اند، نوآوری کار تحقیق در این می باشد که در شرایط ساختاری و اجتماعی ایران با یک دید چند بعدی به این مساله صنعت ورزش ایران و پیامدهای آن که در جامعه ورزشی اتفاق می افتد پرداخته شده است و تحقیق حاضر به دنبال پاسخ به این سوال است که عوامل کلیدی صنعت

² Hapuka

³ Frey

⁴ Hernandez

بانکداری بر توسعه صنعت ورزش کشور کدامند و اولویت بندی آن‌ها چگونه است؟ سئوالی که می‌تواند پژوهشگران و دست‌اندرکاران امر را در اتخاذ سیاست‌های راهبردی تر و اثربخش تر یاری نماید.

روش‌شناسی تحقیق

تحقیق حاضر با رویکرد کیفی مبتنی بر روش نظریه مبنایی مدل پارادایمی اشتراوس کوربین به تبیین جامعه‌شناختی نقش صنعت بانکداری بر توسعه صنعت پرداخته است. در این تحقیق نمونه گیری هدفمند انتخاب شده است. اندازه نمونه در این پژوهش بر مبنای شاخص اشباع نظری برابر با ۳۱ نفر بود (جدول ۱). در این روش محقق پس از استخراج ۳۱ مصاحبه‌های عمیق از (جامعه تحت مطالعه) پرسش‌هایی در محورهای سه‌گانه «چیست»، «چرا» و «چگونه» با در نظر گرفتن الزامات مربوط به تنظیم مدل پارادایمی در باب پدیده مورد مطالعه (نقش عوامل کلیدی صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش) پرسیده است. شرکت‌کنندگان در طیف سنی میان ۲۰ تا ۶۰ ساله قرار داشتند مدت مصاحبه با مربیان، مدیران بانکی، کارشناسان ورزشی و باشگاه‌های لیگ برتر، ۳۰ دقیقه بوده است. در این تحقیق اهداف پژوهشی به مشارکت‌کنندگان تبیین و به آنها در خصوص محرمانه بودن مصاحبه (ضبط صدای مصاحبه شونده‌گان) و حفظ رازداری، اطلاعات شخصی که هویت مصاحبه‌شوندگان را افشا نکند اطمینان خاطر داده شد و به منظور ارتقاء ضریب اطمینان حفظ اطلاعات شخصی افراد حتی محتوای مصاحبه‌ها توسط پژوهشگر تایپ و در فایل‌های مخصوص نگهداری شده است. پس از آن داده‌های گردآوری شده با توجه به شیوه کدگذاری که اشتراوس کوربین توسعه داده‌اند (کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی) کدگذاری گردید. طی این سه مرحله کدگذاری داده‌ها (جدول ۴، جدول ۵، جدول ۶)، به تدریج از دل کدها، مفاهیم، از دل مفاهیم مقوله‌ها، و از دل مقوله‌ها نظریه استخراج شد. این پارادایم در برگرفته‌ی ابعادی چون: عوامل علی، پدیده، شرایط زمینه‌ای، شرایط میانجی، کنش یا راهبردهای کنش و پیامدهاست.

قابلیت اعتماد

دستیابی به اعتماد (معادل اعتبار در تحقیقات کمی) در پژوهش حاضر به چند روش صورت گرفت:

۱- استفاده از تکنیک ممیزی: در این روش چند متخصص و صاحب نظر که در کار کیفی تجربه داشتند بر مراحل مختلف کدگذاری، مفهوم‌سازی، استخراج مقولات و برداشت‌های محقق نظارت کردند.

۲- زاویه بندی نظری: این شیوه توسط دنزین پیشنهاد شده است. در این شیوه از نظریات و رویکردهای نظری مرتبط با موضوع تحقیق در مرحله توسعه مفاهیم حساس و تنظیم نظام مقولات و نیز برای تحلیل و تفسیر نتایج استفاده می‌شود (محمدپور، ۱۳۸۸: ۸۵).

۳- ضریب توافقی کاپا: این ضریب ثبات و همبستگی نمرات بین داوران یا ارزیابان مختلف یک موضوع را می‌سنجد و ضریب توافق نامیده می‌شود که با ضریب کاپا نشان داده می‌شود. نتیجه تحلیل نشان می‌دهد که ۱۰۴ گویه مورد بررسی قرار گرفته است اندازه توافق ضریب کاپا ۰,۷۸۸ به دست آمده است. مقدار احتمال آزمون نیز به صورت $P\text{-value} < 0.001$ نشان داده می‌شود. بنابراین به دست می‌آوریم که داوران در تشخیص گویه‌ها توافق و هم‌نظر بودن بالایی با همدیگر هستند. در سطح معنی‌داری $\alpha = 0.05$ فرض صفر رد می‌شود و فرض مقابل که هم‌نظر بودن داوران می‌باشد، تایید می‌شود. آماره Standard Asymptotic Error خطای استاندارد همبسته و Approximate T آماره تقریبی است که در محاسبه ضریب کاپا به کار می‌رود. علاوه بر این، در پژوهش حاضر جهت سنجش روایی از معیارهای اسکینر، ادواردز و کوربت (۲۰۱۴) که در جدول شماره ۲ به آن اشاره شده است استفاده شد.

جدول (۲): روش‌های اطمینان از روایی

روش‌های اطمینان از روایی	نحوه اجرا در این پژوهش
درگیری طولانی مدت	افزایش حساسیت نظری، مشارکت عملی و ارتباط با مشارکت‌کنندگان برای ارزیابی برداشت‌های محقق
مشاهده پایدار	مشارکت عملی محقق و حضور در محیط مشارکت و اکتشاف جزئیات تجارب مشارکت‌کنندگان
بازرسی مجدد مسیرکسب اطلاعات	انجام بازرسی ادواری اطلاعات و کدهای به دست آمده به جهت پیشگیری از سوگیری و اطمینان از

صحت، توسط محقق و یک همکار (دانشجوی دکتری) آشنا به موضوع مورد پژوهش	
چک کردن با مشارکت کنندگان	بررسی اطلاعات به دست آمده به کمک گروه تحقیق و نظرسنجی از مصاحبه شونده‌گان در خصوص نتایج
مثلت سازی	استفاده از منابع متعدد برای جمع‌آوری داده‌ها
مقایسه مستمر	مقایسه داده‌های به دست آمده از منابع مورد بررسی با سایر منابع به صورت مستمر در تمام طول تحقیق

یافته های تحقیق

در روند تحلیل مطالعات کیفی براساس سه مرحله انتخاب کدهای باز، تعیین کدهای محوری و درنهایت معرفی کدهای گزینشی یا انتخابی می باشد که تشریح می گردد:

۱- کد گذاری باز: کدگذاری باز عبارت است از نسبت دادن کدهای مفهومی و مقوله ای به هر کوچک ترین واحد معنادار از محتوای متنی هدف که در جدول ۳ به عنوان نمونه کد گذاری باز بیان شده است.

جدول(۳): کد گذاری باز

نشانهگر	متن مصاحبه	گزاره منطقی (کد اولیه)
P3	باشگاه‌ها نباید وابسته به دولت باشد در حال حاضر کل باشگاه‌های کشور وابسته هستند	وابستگی به دولت
P8	باشگاه‌های فوتبال کثرت درآمد را نیستند و اکثراً از بخش دولتی بودجه می‌گیرند	عدم درآمد زایی
P9	در ایران هنوز تعریفی از باشگاه داری نشده است. و در حال حاضر مقدمات اولیه آن تکمیل و در حال بررسی است	عدم تعریف باشگاه داری
P5	خیلی از باشگاه‌های فوتبال بخصوص لیگ برتر که بیشتر مورد توجه است گردش مالی شفاف ندارند	گردش مالی شفاف
P15	باشگاه‌های فوتبال برای اینکه بتوانند به حیات خود ادامه بدهند باید تراز مالی مثبتی داشته باشند	تراز مالی مثبت
P8	باشگاه‌های فوتبال باید به صورت شرکت سهامی در بورس واگذار شوند که این در ایران اصلاً صورت نگرفته است	واگذاری باشگاه در بورس
P12	باشگاه‌های فوتبال ایران باید به صورت خصوص اداره شوند تا بتوانند درآمد زایی داشته باشند	خصوصی سازی باشگاه‌ها
P5	در بسیاری از باشگاه کشور منابع درآمد مشخص نیست و فضای تجاری وجود ندارد	مشخص نبودن منابع درآمد
P6	دولت نباید در امور باشگاه‌ها دخالت کند بلکه فقط باید بسته‌های حمایتی ارائه دهد	عدم دخالت دولت
P9	صنعت فوتبال هنوز تعریف نشده است و هنوز در کشور ما فوتبال به صورت یک صنعت در نیامده است و قانونگذار باید این خلأ را پرکند	عدم تعریف صنعت فوتبال
P5	ساختار درآمد زایی و تجاری هنوز تعریف دقیقی ندارد	عدم تعریف ساختار درآمد زایی

۲- کد گذاری محوری: کدگذاری محوری فرآیند ربط دهی مقوله ها به زیر مقوله هایشان است. این کار بر مبنای یک سرمشق و الگوی جامع و کلی مرسوم به مدل پارادایم انجام گرفت. در این مرحله از کدگذاری علاوه بر گزینش یک مقوله به عنوان مقوله محوری اجزای کدگذاری محوری از قبیل شرایط علی، پدیده محوری، عوامل زمینه ای، متغیرهای مداخله گر، راهبردها و پیامدها با استفاده از داده های گردآوری شده به صورت جدول زیر مشخص شدند (جدول ۴).

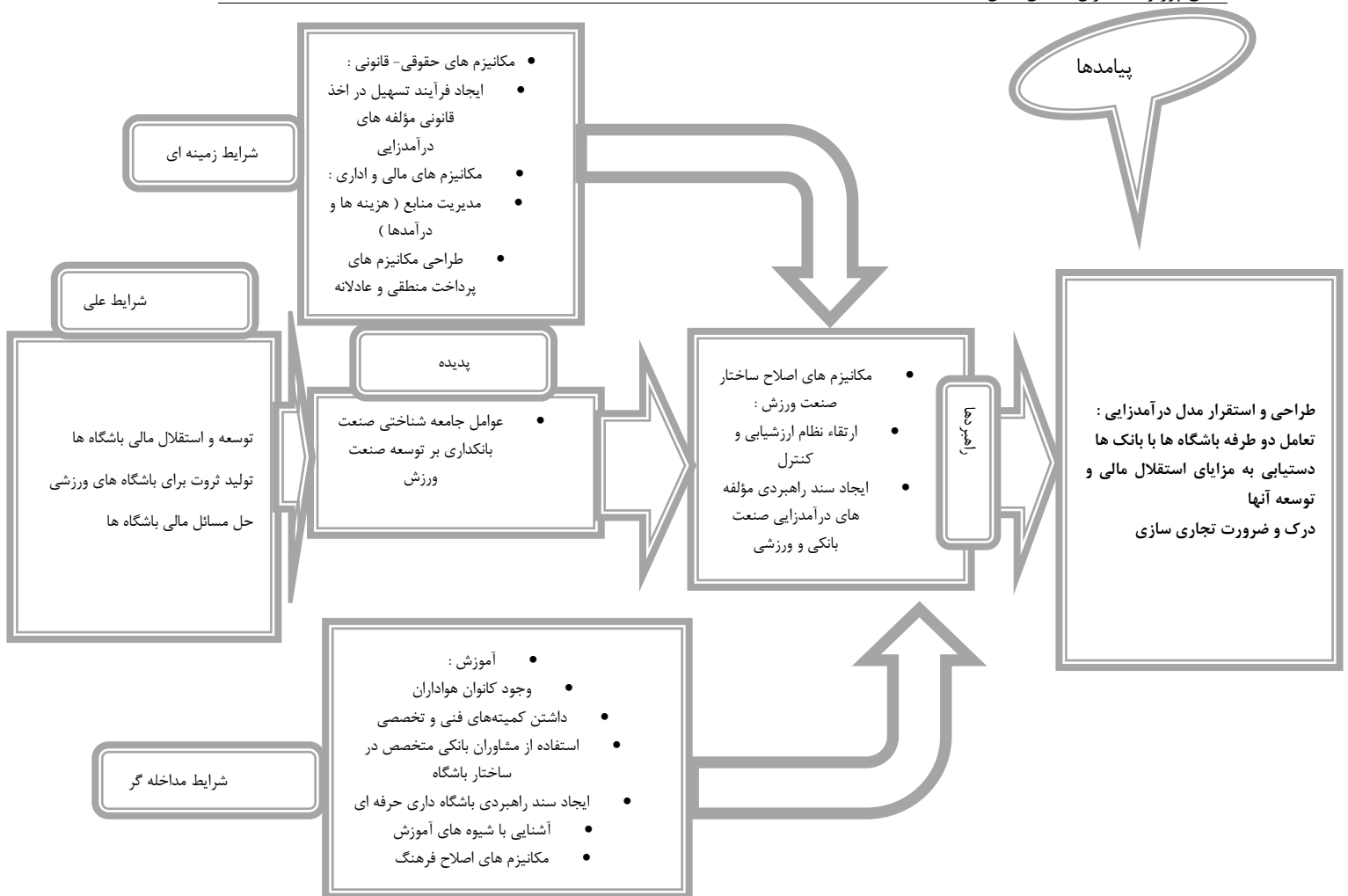
جدول (۴): کدگذاری محوری

نشانهگر	کد اولیه	مفهوم	مقوله
P3	عملکرد شخصی مدیران در اعمال قوانین تفسیری بودن قوانین موجود	شفاف سازی آئین نامه ها، قوانین و	شفافیت آئین
P12	سردرگمی در اجرای قراردادهای بازیکنان	امور مالی	نامه ها و امور مالی صنعت ورزش
P8	لزوم اعلام صریح ضوابط مالی		
P11	حق پخش تلویزیون		
P8	عدم درآمد زایی		
P5	عدم تعریف ساختار درآمد زایی	فعالیت اقتصادی باشگاه	فعالیت اقتصادی
P7	مشخص نبودن منابع درآمد		
P14	عدم توانایی سرمایه گذاری باشگاه در بخش های دیگر		
P12	سرمایه گذاری در ساخت مجتمع های ورزشی	سرمایه گذاری باشگاه ها	
P9	عدم تعریف باشگاه داری	عدم تعریف باشگاه داری	تعریف باشگاه داری
P5	گردش مالی شفاف	گردش مالی شفاف	گردش مالی شفاف
P15	تراز مالی مثبت		
P7	بازاریابی منسجم		
P10	همکاری با صنایع	فعالیت های بازاریابی	بازار یابی
P3	بلیط اینترنتی		
P10	تبلیغات محیطی اطراف زمین		
P1	مبارزه با پولشویی	مبارزه با پولشویی و دلالی	مبارزه با فساد اقتصادی
P4	مبارزه با فعالیت دلالی		
P6	حمایت مادی از اعضای باشگاه	حمایت مادی از اعضای باشگاه	حمایت مادی
P7	ثبات مدیریتی		
P9	ثبات مربی و کادر فنی	ثبات در باشگاه	ثبات در باشگاه
P1	وجود دیپلماسی ورزشی		
P4	ارتباط با نهادهای حوزه بانک داری	دیپلماسی و ارتباطات ورزشی	ارتباط با نهادها و سازمان ها
P2	ایجاد ساختار ارتباط باشگاه و دانشگاه و بانک		
P13	همکاری با صدا و سیما و شبکه های اینترنتی		
P13	توجه به مسائل فرهنگی		
P10	توجه به مسائل اخلاقی	توجه به مسائل فرهنگی و اخلاقی	مسائل فرهنگی و اخلاقی
P10	وجود برنامه فرهنگی		
P8	عدم دخالت مدیران در امور فنی	عدم دخالت در امور فنی باشگاه	عدم دخالت در امور سایر بخش ها
P14	دخالت مسئولین سیاسی در باشگاه		

۳- کدگذاری انتخابی: مهم ترین گام در مرحله کدگذاری انتخابی، ترسیم کدهای منتخب ناشی از مقولات علی، محوری، راهبردی، پیامدی و زمینه ای است. جدول زیر الگوی کدگذاری انتخابی منتج از کدگذاری محوری مندرج در سطور بالا را عنوان می دارد (جدول ۵).

جدول (۵): کدگذاری انتخابی

نشانگر	مقوله	کد متمرکز
P5	تعامل دو طرفه باشگاه ها با بانک ها	
P7	ایجاد شبکه مشتریان و اعتباربخشی به برند باشگاه های فوتبال در بازار	طراحی و استقرار مدل درآمدزایی
P14	دستیابی به مزایای استقلال مالی و توسعه آنها	
P6	ایجاد فرآیند تسهیل در اخذ قانونی مؤلفه های درآمدزایی	
P2	شفافیت آیین نامه ها، قوانین و امور مالی باشگاه ها	مکانیزم های حقوقی - قانونی
P12	طراحی مجدد فرآیندهای داخلی باشگاه ها	
P6	وجود آیین نامه ها	
P1	استفاده از فناوری اطلاعات	
P15	برخوردارگی از حق کپی رایت و مالکیت معنوی (برند باشگاه)	
P1	وجود چشم انداز و اهداف روشن	تمرکز بر فرایندهای باشگاه داری
P8	انجام بازی های با کیفیت	
P10	رعایت قوانین بین المللی	
P5	وجود کانون هواداران	
P1	داشتن کمیته های فنی و تخصصی	
P15	استفاده از مشاوران بانکی متخصص در ساختار باشگاه	
P1	ایجاد سند راهبردی باشگاه داری حرفه ای	آموزش
P8	آشنایی با شیوه های آموزش	
P15	ارائه آموزش های ارتباط محور و تعاملی به مدیران	
P14	تغییر شیوه های آموزش مدیران	
P2	نقش حمایتی مدیران بانکی و باشگاه ها در ایجاد تحول	
P11	نقش پررنگ مدیریت منابع انسانی بانکی و باشگاه داری حرفه ای	مکانیزم های مؤثر مدیریتی
P15	تأمین و توسعه امکانات و تسهیلات باشگاه ها	
P13	مدیریت منابع (هزینه ها و درآمدها)	
P4	طراحی مکانیزم های پرداخت منطقی و عادلانه	مکانیزم های مالی و اداری
P16	ارتقاء نظام ارزشیابی و کنترل	
P11	اصلاح ساختار معیوب صنعت ورزش	
P2	ایجاد سند راهبردی مؤلفه های درآمدزایی صنعت بانکی و ورزشی	مکانیزم های اصلاح ساختار صنعت ورزش
P17	مدیریت تخصصی صنعت ورزش و بانکی	
P9	حذف رانت های سیاسی در صنعت ورزش و بانکی	
P8	بازسازی کانال های ارتباطی مبتنی بر تعامل های دو طرفه	مکانیزم های اصلاح فرهنگ
P2	تأکید بر اخلاق مداری	



شکل (۱): مدل تبیین جامعه شناختی نقش صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش

بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر با اتخاذ رویکردی کیفی و با استعانت از روش نظریه مبنایی تلاش می کند مدل پارادایمی از مفهوم تبیین جامعه شناختی نقش صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش را از این مفهوم ارائه دهد. براساس یافته های پژوهش حاضر، رویکرد در قالب تعامل هفت مؤلفه اصلی مشخص شده است: بر اساس نتایج به دست آمده از مصاحبه ها و مقوله بندی آن ها، عوامل سیاست زدایی، مدیریت اثربخش و کارآمد، اصلاح ساختار، تجاری سازی، خصوصی سازی، عوامل محیطی، توسعه منابع انسانی، ارتقاء زیر ساخت ها و توسعه فضاهای ورزشی استاندارد، طراحی نظام استعدادیابی و استقرار مکانیزم توسعه صنعت بانکداری بر ورزش، به عنوان ده مؤلفه مؤثر در توسعه صنعت ورزش ایران شناسایی و استخراج گردید. به طور کلی شرایط علی باعث ایجاد و توسعه مقوله اصلی (محوری) می شود. در این پژوهش «سیاست زدایی» که متشکل از چندین مقوله است، به عنوان شرایط علی انتخاب گردید. پدیده محوری یا اصلی اساس و محور فرآیند پژوهش است. با توجه به تأکید مصاحبه شونده ها و تکرار آن در کدهای مصاحبه ها، مبحث «مدیریت اثربخش و کارآمد» در نهادها و سازمان های ورزشی به عنوان پدیده اصلی این پژوهش انتخاب گردید. شرایط علی باعث اهمیت، ایجاد و توسعه پدیده اصلی می شود در واقع سیاست زدایی صنعت ورزش، باعث ایجاد مدیریتی اثربخش و کارآمد می شود. شرایط کنش ها و تعاملات بیانگر فعالیت ها و تعاملات هدف داری است که در پاسخ به پدیده محوری (مدیریت اثربخش و کارآمد) و تحت تأثیر بستر حاکم (عوامل محیطی داخلی و خارجی و توسعه منابع انسانی بانکی و ورزشی) و شرایط مداخله گر (توسعه زیرساخت ها و فضاهای ورزشی استاندارد) ایجاد می شود. در نظریه توسعه صنعت بانکداری بر صنعت ورزش ایران، این مقوله منجر به پیامد و یا نتیجه می شود که همان اجرای راهبردهاست. با اصلاح ساختار تجاری سازی و سپس خصوصی سازی که به صورت یک فرآیند است (به این صورت که اصلاح

ساختار لازمه تجاری سازی و تجاری سازی لازمه خصوصی سازی می باشد، می توان در صنعت بانکداری و ورزش ایران، تحولات اساسی ایجاد کرد. به شرایط خاصی که بر کنش ها و تعاملات تأثیر می گذارند، بستر گفته می شود. این شرایط را مجموعه ای از مفاهیم، مقوله ها و متغیرهای زمینه ای تشکیل می دهند و در این پژوهش، عوامل محیطی داخلی و خارجی و توسعه منابع انسانی که بستر حاکم بر این نظریه هستند. بر اصلاح ساختار، تجاری سازی و خصوصی سازی به عنوان کنش ها و تعاملات تأثیر می گذارند. شرایط مداخله گر متشکل از مجموعه ای از متغیرهای میانجی و واسط هستند که بر کنش ها و تعاملات (اصلاح ساختار، تجاری سازی و خصوصی سازی) تأثیر می گذارند، این شرایط در مکانیزم توسعه صنعت ورزش ایران شامل: توسعه زیرساخت ها و فضاهای ورزشی و توسعه نظام بانکی است، مقوله هایی که بیانگر پیامدهایی هستند که در اثر اتخاذ کنش ها و تعاملات به وجود می آیند را پیامد می نامند. بر طبق نظرات نخبگان نمونه آماری پژوهش حاضر از جمله عواملی که باعث توسعه اقتصادی صنعت ورزش می شود، توسعه نهادی، ساختار و مالکیت ورزشی می باشد. در تبیین یافته فوق می توان گفت: در راستای سیاست های کلی اصل ۴۴ در اقتصاد ایران که در سال ۱۳۸۴ توسط مقام معظم رهبری ابلاغ گردید در واقع با هدف اصلاحات ساختاری در ایران صورت گرفت. اهداف این سیاست ها عبارتند از: شتاب بخشیدن به رشد اقتصادی، گسترش مالکیت عمومی، ارتقای کارایی و بهره وری، افزایش رقابت پذیری، افزایش سهم بخش های خصوصی و تعاونی در اقتصاد، کاستن از بار مالی و مدیریتی دولت در تصدی فعالیت های اقتصادی... لذا می توان گفت که یکی از حلقه های مهم در توسعه نهادی، ساختار و مالکیت صنعت ورزش ایفای نقش سیاسی دولت با ایجاد انسجام و مشارکت سیاسی در فضای رقابتی سالم با اعمال قدرت و حاکمیت قانون است. که این یافته با پژوهش محمدی و همکاران (۱۳۹۵) همخوانی دارد (MOHAMMADI et al., 2019). توسعه نیروی انسانی در حوزه صنعت ورزش از دیگر یافته های این پژوهش است. بدون شک عامل توسعه سازمان های مبتکر در اختیار داشتن منابع انسانی خلاق است که می تواند در سایه مدیریتی هوشمند، سازمان فراگیرنده، ساختارهای انعطاف پذیر امکان پاسخگویی به نیازهای داخلی ورود به صحنه جهانی را فراهم آورد.

در اکثر تحقیقات اقتصادی دو عامل سرمایه و منابع انسانی همزمان و بصورت مکمل مورد بررسی قرار می گیرد با توجه به جنبه های اقتصادی صنعت ورزش امروزه در حیطه تحقیقات ورزشی نیاز به مطالعه نیروی انسانی و سرمایه در کنار یکدیگر امر ضروری بنظر می رسد با توجه به جمعیت جوان ایران و با توجه به تمایل بسیار زیاد این گروه به انجام فعالیت های ورزشی به نظر می رسد که کمبودی در نیروی انسانی و سرمایه در ورزش وجود داشته باشد. آموزش دادن نیروی انسانی متخصص یکی از مقوله های موثر در مولفه منابع انسانی در بخش راهبردها بود. جلالی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهش خود به نتایج همسانی با نتایج حاضر در مورد نقش منابع انسانی در رشد اقتصادی صنعت ورزش اشاره کردند (Jalayee, Bakhshandeh, Esmaili, & Rasooli, 2018). از دیگر یافته های پژوهش توسعه رسانه ای است. نتایج یافته های صوفی و شعبانی (۱۳۹۳) حاکی از این است که توسعه و افزایش منابع مالی در ورزش بر اثر تعامل با رسانه های گروهی است و اقتصاد و ورزش به مدد گسترش رسانه ها، با یکدیگر تعامل داشته و سبب تجاری شدن ورزش می گردند (rezaei soufi & Shabani, 2014). این یافته با یافته پژوهش حاضر همخوانی دارد. امروزه بسیاری از بانک ها به حمایت مالی از ورزش می پردازند و هر کدام از آن ها برای خود اهداف و دلایلی از ورود به این عرصه دارند. هر چند حمایت مالی از ورزش مشکلاتی را در بر دارد اما موجب دستیابی حامیان به منافع و دستاوردهایی نیز می گردد، لذا می توان با در نظر گرفتن اهداف ترویج رسانه ای بانک ها در زمینه ی حمایت مالی از ورزش و همچنین تقویت دستاوردهای ترویج رسانه ای که از این طریق کسب می کنند باعث جذب هر چه بیشتر بانک ها به عنوان حامیان به سمت ورزش شد و نیز با مدنظر قرار دادن تنگناهای ترویج رسانه ای و تلاش در جهت حذف آنها باعث حفظ حامیان حاضر و تسهیل ورود دیگر حامیان به این عرصه گردید. در مجموع نگاهی به مطالعات اخیر نشان می دهد بر نقش سه عنصر ذینفعان، رویه ها و فرآیندهای در فرایند توسعه ورزش، بر مبنای مطالب بیان شده تاکنون کشورهای مختلف دنیا به منظور دستیابی به توسعه در بخش ورزش، در مقاطع زمانی مختلف، راهبرد متفاوتی را به کار گرفته اند در ایران نیز در سالهای گذشته برنامه های متعددی توسط نهادهای مختلف و مرتبط با بخش ورزش طراحی شده است اما به دلیل عدم منابع مالی کافی از اجرا و از کارایی لازم برخوردار نبوده است، نگاهی به وضعیت ورزش قهرمانی و مدالهای کسب شده در ادوار مختلف المپیک از لندن ۱۹۴۸ تا ۲۰۲۰ تنها ۲۴ مدال طلا بوده است و در ورزش همگانی درصد بسیاری از مردم ایران فعالیت بدنی ندارند نشان می دهد مدل توسعه ورزش در ایران جذب حامیان مالی از جمله نقش بانکها نادیده گرفته شده است. بر اساس

نتایج این تحقیق دینفعان توسعه ورزش ایران در سه سطح کلان، میانی، خرد شناسایی شده اند دینفعان کلان شامل حاکمیت، قوای سه گانه و در مجموع سیاستگذاران ورزشی اند، دینفعان میانی شامل سازمانهای مرتبط با ورزش از جمله وزارت ورزش، فدراسیون‌ها، باشگاه‌ها، هیات‌ها، کمیته ملی المپیک، آموزش و پرورش و دینفعان خرد شامل مشارکت کنندگان، مصرف کنندگان ورزش اند از جمله نخبگان و قهرمانان ورزشی، عامه‌ی مردم، فروشندگان و تجهیزات ورزشی، هواداران پس مدیریت و سرمایه گذاری دو دلیل عمده برای روند تلاش های توسعه ی ورزش در ایران است، توسعه نظام مالی از طریق نظام بانکی و حامیان مالی و مولفه های آن شامل درک ضرورت تامین منابع مالی، توزیع مناسب منابع مالی، شناسایی و توسعه تامین کنندگان و درآمدزایی از رویه های توسعه ورزش در ایران است. کیم^۱ (۲۰۲۰) حمایت مالی را عمده ترین عامل توسعه ورزش میدانند (Kim et al., 2020). همچنین بوچر^۲ (۲۰۱۹) اظهار می دارد تامین بودجه کافی برای توسعه موثر ورزش امری ضروری است. در ایران نگاه عمومی به فدراسیون‌های ورزشی و وابستگی آنها به بودجه دولتی چالشی است که ورزش کشور با آن مواجه است از سوی دیگر توزیع مناسب منابع مالی نیز از مسائلی است که باید مورد توجه قرار بگیرد (Anderson-Butcher, 2019). یکی دیگر از رویه های شناخته شده برای توسعه ورزش ایران فراهم کردن زیرساخت فیزیکی ورزش در سه بخش است توسعه ورزش نخبه، توسعه استعداد های ورزشی و توسعه مشارکت عمومی در ورزش است. از توسعه ورزش در تحقیق حاضر در بلندمدت سبب سه دسته پیامد در محیط جامعه می شود. پیامدهای فرهنگی اجتماعی (بهبود سبک زندگی، تسهیل اجتماعی سازی، انسجام اجتماعی، کنترل اجتماعی، تاثیر مثبت روانی و شادی) پیامدهای اقتصادی (مشاغل ورزشی، صادرات ورزشی، سرمایه گذاری های بزرگ ورزشی، لوازم و تجهیزات، حمایت باشگاه‌ها از مولفه های اقتصادی و کسب درآمد، گردشگری و جذب گردشگر، سرمایه گذاری در زیر ساخت ها، بازسازی و نوسازی شهری و روستایی، افزایش سلامتی و کاهش هزینه‌های بیماری) و پیامدهای سیاسی (استراتژی قدرت نرم کشور، آشتی بین دولت، تقویت روابط بین المللی، تقویت هویت و غرور ملی) که با یافته‌های کوهکن و همکاران^۳ (۲۰۱۹) همسویی دارد (Koohkan, 2019). بطور کلی برای توسعه موثر ورزش در کشور نیاز است. در ابتدا دینفعان کلان سیاستهای صحیح و لازم را در این زمینه اتخاذ کنند و دینفعان میانی از جمله سازمانهایی که بطور مستقیم و غیر مستقیم در توسعه ورزش نقش دارند این سیاستها را در قالب (توسعه های منابع انسانی، مدیریت، نظام مالی، تجهیزات و تسهیلات، فرهنگی، نهادی و توسعه سیستم رقابت) و سه فرآیند جذب، نگهداری و پرورش تعریف و عملیاتی کنند تا به این ترتیب فرصت ها، ساختار و بسترهای لازم برای مشارکت بانکها، حامیان مالی، مصرف کنندگان حقیقی، مجازی و حقوقی ورزش را فراهم آورند. در شرایط امروزی باشگاههای حاضر در جام باشگاه های آسیا از جمله استقلال تهران از منابع کافی برخوردار نیستند و برای عدم پرداخت حقوق و دستمزد کادر فنی از جمله مربیان و بازیکنان خارجی از جام باشگاههای آسیا به دلیل شکایت آنان در مجمع بین المللی ورزشی حذف می شوند و عدم پرداخت در سر رسید معین به بازیکنان و مربیان خارجی سبب کنار گذاشته شدن این تیم ها از رقابت های آسیایی است. پس بانکها و حامیان مالی با تامین نقدینگی در سر رسید های معین می توانند نقش مهمی در عدم حذف این تیم ها داشته باشند. در راستای اهداف پژوهش و تحلیل داده ها، شرایط فعلی درآمدها، موانع و راهکارها شناسایی شدند، کمک های دولت و حامیان مالی از جمله سیستم بانکی بخش اعظمی از منبع درآمدی می باشند که خلأهای قانونی و نقش مدیریت و همچنین اصلاحات قانونی، تدوین برنامه های راهبردی و اقتصادی، ساخت و بازسازی ورزشگاه ها مهمترین راهکارها شناسایی شده این پژوهش است بنابراین باتوجه به کمبود منابع مالی فدراسیون‌های ورزشی، رویکرد راهبردی اقتصادی به منظور توسعه درآمدزایی تقویت و گسترش ارتباط با بانک ها ضروری بنظر می رسد.

1Kim

2Butcher

3Koohkan

منابع:

- Anderson-Butcher, D. J. K. R. (2019). Youth sport as a vehicle for social development. *8*(3), 180-187.
- Askarian, F. (2018). *Sports Economics*. Tehran: Mabani Publications.(Persian)
- Baughn, C. C., Bodie, N. L., McIntosh, J. C. J. C. s. r., & management, e. (2007). Corporate social and environmental responsibility in Asian countries and other geographical regions. *14*(4), 189-205.
- Carroll, A. B. J. B., & society. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *38*(3), 268-295.
- Frey, J. H., & Eitzen, D. S. (2020). Sport and Society, *Annual Review of Sociology*. *17*, 503-522.
- Haji Vand, M. (2017). *Privatization of Football*: Duniya Ekhtaz Publications. (Persian)
- Hernandez, R. A. (2002). *Managing sport organizations*: Human Kinetics.
- Hupka, Y., Garner, J. L., Simkins, B. J., & Humphrey, P. J. G. T. S. C. o. B. R. P. (2022). Gridiron CEOs: Revising the Executive Excess Pay-Future Performance Nexus. (4200893).
- Jalayee, S. A., Bakhshandeh, H., Esmaili, M., & Rasooli, M. (2018). The Role of Human Resources in the Economic Growth of Irans Sports Industry %J Sport Management Studies. *10*(48), 67-88. doi:10.22089/smrj.2017.3624.1730.(Persian)
- Javani, V., ehsani, M., amiri, m., & kozechian, h. (2016). Sport Branding Model by Strategic Thinking approach in Iran %J Contemporary Studies On Sport Management. *6*(12), 43-56. doi:10.22084/smms.2017.10702.1879. (Persian)
- khorasani torghi, H., & Abdolmaleki, H. (2016). Analysis of Iran's sports industry using Porter's 5 forces model Sport Sciences Quarterly. *23*(8), 51-71. (Persian)
- Kim, J., Coleman, T., Godfrey, M., Vierimaa, M., Eys, M. J. P. o. S., & Exercise. (2020). The dynamics of informal role development within sport teams: A case study approach. *48*, 101670.
- Koohkan, S. (2019). *The Typology of Modality in Modern West Iranian Languages*. PhD thesis, Antwerp: University of Antwerp. (Persian)
- Melnick, M. J. J. J. o. s. M. (1993). Searching for sociability in the stands: A theory of sports spectating. *7*(1), 44-60.
- MOHAMMADI, F., Kalateh Seifari, M., razavi, M. h., & Farsijani, M. (2019). Designing Qualitative Model for Economic Development of Iran's Sports Industry with World-Class Manufacturing Approach %J Applied Research in Sport Management. *8*(1), 69-84. doi:10.30473/arsm.2019.5846.(Persian)
- Rezaei, S. (2018). Designing a Revenue Model for Iranian Football Clubs : With Grounded Theory Approach %J Applied Research in Sport Management. *6*(3), 101-116. (Persian)
- rezaei soufi, M., & Shabani, A. (2014). Investigating the impact of mass media on providing financial resources in sports, communication management in sports media. *1*(3), 43-49. (Persian)
- Sadegh Pour, R. (2014). Examining the Challenges and Solutions of Attracting Investments for the Prosperity of Iran's Football Industry. In. Tehran: Iran Farda Publications. (Persian)
- sedghi, s., & Askarian, F. (2013). *Investigating the role of banks and administrative institutions in the private investment of sports in East Azarbaijan province*. Paper presented at the The first international management conference in the 21st century. <https://civilica.com/doc/311655>(Persian)
- Yosofie Zarandi, M. h., Sharifian, E., & ghahraman tabrizi, k. (2016). Barriers of Competitiveness Products Internally At Comparison With Samples Foreign In the manufacturing sector in sports industry of iran %J Contemporary Studies On Sport Management. *6*(11), 73-83. doi:10.22084/smms.2016.1613(Persian)

Sociological explanation of the banking industry on the development of the sports industry

Reza Sadeghpour¹, Mohammad Reza Esmaili^{2*}, Tayyeb Zargar³

1- PhD student in sociology of sports, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran. Iran

2- Associated Professor, Department of Sports Management, Center Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran. Iran.

3- Associated Professor Department of Sports Management in Physical Education and Sports Sciences, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran. Iran

*dr.m.esmaeili@gmail.com

Received: 2023-05-16 Accepted: 2023-09-05 Published: 2024-02-20

Abstract

The present study aims to identify and understand the sociological phenomenon of the banking industry on the development of the sports industry with a qualitative approach based on the method of basic theory and attempts a paradigm model of the banking industry concept on the development of the sports industry based on mental perceptions and interpretations of actors. To present this concept in the sports and banking community. Participants in this study are 31 bank managers, sports experts who have been selected in person and voluntarily using theoretical and judgmental sampling methods. Using open and semi-structured interviews, research data have been collected based on the three axes of question (what and why and how). A set of primary themes were collected during the open coding process and categories were extracted from their ventricles. Then, in the axial coding stage, the link between the categories under the headings of causal condition, axial phenomenon, strategic category, contextual condition, mediator category and consequence category was set in the form of Corbin Strauss paradigm model. The research results were divided into 7 main categories and 39 subcategories and in the stage of selective coding, the components of the coding paradigm were explained, and the theory was created. The findings showed that whenever the economy and sports interacted with each other with the help of media expansion, the so-called commercialization of sports took a new form; this interaction has mutual benefits for the institution of sports and economy.

Keywords: sports industry, banking industry, club management, development, resource equipping