



Identifying and Ranking the Factors Affecting the Effectiveness of the Internal Control System in Government Institutions and Organizations

Reza Sadeghpour¹, Mohammad Esmaili^{2*}, Taybeh Al-Sadat Zargar³

1. Ph.D. Student in Sports Sociology, South Tehran Branch of Islamic Azad University, Tehran, Iran. (Sadeghpourreza033@gmail.com).

2. Associate Professor of Sports Management Department, Faculty of Physical Education and sports sciences, Tehran Branch, University Center, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

3. Assistant Professor, Department of Sports Management in Physical Education, Sports Sciences, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran Iran. (zargar_ta@yahoo.com).

Corresponding Author:

Mohammad Esmaili

Email:

Dr.m.esmaeili@gmail.com

Received: 2023/10/09

Accepted: 2024/03/10

How to Cite:

Sadeghpour, R; Esmaili, M; Al-Sadat Zargar, T. (2024). Identifying and Ranking the Factors Affecting the Effectiveness of the Internal Control System in Government Institutions and Organizations, *Governmental Accounting*, 10 (20), 143-156.

ABSTRACT

Subject and Purpose: The purpose of writing this article is to reach a conceptual paradigm model from the financial point of view of the banking industry on the development of the sports industry so that it can be used as a model in the analysis of the existing conditions.

Research Method: Qualitative approach and data Foundation research method, which starts with observation and reaches theory production is our research method. Purposive and snowball sampling are chosen. The sample size in this research was equal to 50 people based on the theoretical saturation index, open and semi-structured interviews were conducted and questions were set in the three axes of "what", "why" and "how".

Research Findings: The findings of this research showed that Managerial and Financial Components, Development of Human Resources, Improvement of Infrastructure and Development of Standard Sports Spaces are among the effective components in the development of the sports industry.

The Conclusion of Originality and its Addition to Knowledge: The results showed that the following variables have more priority for sports development. (1) Providing financial resources through the banking system due to the limited state resources and equipping, completing and developing the country's sports infrastructure; (2) depoliticization; (3) Effective and efficient management.

Keywords: Providing Financial Resources, Effective and Efficient Management, Development.



Copyright © 2024 The Authors. Published by Payame Noor University.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>). Non-commercial- NoDerivatives uses of the work are permitted, provided the original work is properly cited.

<https://gaa.journals.pnu.ac.ir/>

مدل مفهومی نقش موسسات مالی بر توسعه جامعه ورزش

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

چکیده

موضوع و هدف مقاله: هدف از نگارش این مقاله رسیدن به یک مدل پارادیمی مفهومی از نظر مالی صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش است تا بتوان از آن به عنوان الگویی در تحلیل شرایط موجود بهره‌برداری کرد.

روش پژوهش: رویکرد کیفی و روش پژوهش داده بنیاد که کار خود را با مشاهده شروع تا به تولید نظریه برسد نمونه‌گیری هدفمند و گلوله برفی انتخاب شده‌اند، اندازه نمونه در این پژوهش بر مبنای شاخص اشباع نظری برابر با ۵۰ نفر بود، مصاحبه‌های باز و نیمه ساختار یافته که پرسش‌هایی در محورهای سه گانه «چیست، چرا و چگونه» تنظیم شده است.

یافته‌های پژوهش: یافته‌ها نشان داد که مولفه‌های مدیریتی و مالی، توسعه منابع انسانی ارتقاء زیرساخت‌ها و توسعه فضاهای ورزشی استاندارد مولفه‌های موثر در توسعه صنعت ورزش هستند.

نتیجه‌گیری، اصالت و افزوده آن به دانش: نتایج نشان داد که متغیرهای ۱. تامین منابع مالی از طریق سیستم بانکی با توجه به محدود بودن منابع دولتی و تجهیز و تکمیل و توسعه زیرساخت‌های ورزشی کشور. ۲. سیاست زدایی ۳- مدیریت اثربخش و کارآمد از اولویت بیشتری برای توسعه ورزشی برخوردارند.

واژه‌های کلیدی: تامین منابع مالی، مدیریت اثربخش و کارآمد، توسعه.

۱. دانشجوی دکتری تخصصی جامعه‌شناسی ورزش، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (sadeghpourreza033@gmail.com)
۲. دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (Dr.m.esmaeili@Gmail.com)
۳. استادیار، گروه مدیریت ورزشی در تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (zargar_ta@yahoo.com).

نویسنده مسئول:
محمدرضا اسمعیلی
رایانامه:

Dr.m.esmaeili@Gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۷/۱۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۲/۲۰

استناد به مقاله:

صادق پور، رضا؛ اسمعیلی، محمدرضا؛ سادات زرگر، طیبه. (۱۴۰۳)، مدل مفهومی نقش موسسات مالی بر توسعه جامعه ورزش، دو فصلنامه علمی حسابداری دولتی، ۱۰ (۲۰)، ۱۴۴-۱۵۶.

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. همان گونه که ورزش در توسعه انسانی نقش اساسی بر عهده دارد در توسعه اقتصادی نیز منشاء اثر است، پتانسیل اقتصادی. ورزش به واسطه کار کرد اقتصادی آن برجسته می‌شود. کارکرد اقتصادی ورزش از فعالیت‌هایی نظیر: تولید کالاهای ورزشی، رویدادهای ورزشی، ارائه خدمات ورزشی و رسانه‌ها و ورزش ناشی می‌گردد. به عنوان مثال در کشور انگلستان ارزش افزوده 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. افزون بر اینکه ورزش به عنوان یک نیروی اقتصادی، منشاء اثر است به عنوان یک کاتالیست و عامل شتاب دهنده بالقوه برای توسعه اقتصادی نیز در نظر گرفته می‌شود (حاجی‌وند^۱، ۲۰۱۸: ۲۳). مولین^۲ (۱۹۸۳) برای نخستین بار از ورزش به عنوان یک صنعت یاد کرد. او اشاره می‌کند هرگونه فعالیت ورزشی حرفه‌ای و غیر حرفه‌ای که موجبات افزایش ارزش افزوده کالاها و خدمات ورزشی را فراهم آورد، صنعت ورزش محسوب می‌شود. همچنین پیترز و استاتلر^۳ (۲۰۱۹) در رابطه با تعریف صنعت ورزش بر بازارهای مرتبط با ورزش، آمادگی و تفریحات سالم تأکید دارند. 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 (پیترز و استاتلر، ۲۰۱۹؛ پیترز، فیلدینگ و مایلر) اجزای صنعت ورزش را بر اساس انواع محصولات و مشتریان به سه بخش عملکرد، تولیدات و توسعه ورزشی تقسیم کرده‌اند: عملکرد ورزشی در برگیرنده امور مربوط به شرکت کنندگان و تماشاگران ورزشی است. بخش تولیدات ورزشی، کلیه کالاها و خدمات مورد نیاز برای 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، گفته می‌شود (پیترز، فیلدینگ و مایلر^۴، ۲۰۱۹).

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

سیاست‌ذاری‌های صحیح اقتصادی هر کشور می‌شود (حاجی‌وند، ۲۰۱۸: ۲۷).

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

- 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 (باگن^۵، ۲۰۲۰). 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.

(عسکریان^۶، ۲۰۲۰) 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 خارق‌العاده 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

4. Pitts & Miller & Fielding

5. Baughn

6. Askarian

1. Hajivand

2. Mullin

3. Pitts & Stattler

مثبت و آرامبخش و میان مدت و بلند مدت را برای تولید ارزش‌های کاربردی در درون ارزش‌های مبادله‌ای خلق کند. به عنوان 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 جانبه 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 (صادق پور، ۲۰۱۵: ۲۷).

نظریه نظام و استعمار زیست جهان یورگن هابرماس^۵ 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 به تنهایی برای نظام سرمایه داری و مالکان است، نقش بانک‌ها افزون بر خدمات تسهیلاتی و اعتباری (ارزی و ریالی) در نهایت منفعت و سود به سهامداران خدمات رسانی به عامه جامعه ورزش از جمله خدمات آنلاین و آفلاین در حوزه‌های بانکداری و ارائه تسهیلات ارزان قیمت و توافقی به ورزشکاران و هوادار بر اساس منابع مالکان باشگاه در سیستم بانکی می‌تواند بخشی از مشکلات ورزشکاران و هواداران که به دلیل فشارهای اقتصادی و تورم زا زندگی آنان به سمت عقلانیت ابزاری در حرکت هستند، روند کاهشی ایجاد کند. معمولاً در کشورهای اروپایی قدرت لابی‌گری و پولی مالکین سرمایه دار باشگاه‌ها به دلایل ارتباط‌های دولتی و بانکی از منابع و سایر خدمات بانک بیشتر استفاده و پول و منابع بانکی به تنهایی 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 و به سمت عقلانیت ابزاری حرکت می‌کنند که این مهم موجب فروپاشی نظام 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 (صادق پور، ۲۰۱۵: ۲۹).

دارند و به عنوان تأمین‌کننده نقدینگی در ارائه خدمات و تولید‌کننده اطلاعات عمل کنند (کارول^۱، ۲۰۱۹).

پژوهش حاضر در پی کشف این حقیقت است که صنعت بانکداری چه نقشی بر توسعه صنعت ورزش ایران داشته و پس از تبدیل شدن صنعت ورزش به یک کالای استراتژیک در دست دولت چگونه تأثیری بر قدرت، سیاست، اقتصاد و فرهنگ جامعه ایرانی گذاشته است. پژوهش حاضر درصدد دستیابی پاسخ به این پرسش است که نقش صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش ایران از دیدگاه جامعه‌شناسی بر ابعاد مختلف کنش اجتماعی مربیان، مدیران و کارشناسان چگونه تبیین می‌شود؟

مبانی نظری

در اینجا به نظریات جامعه‌شناسی تأثیر صنعت بانکداری بر

توسعه صنعت ورزش می‌پردازیم:

نظریه ارزش‌های فرهنگی سیستماتیک تالکوت پارسونز^۲ 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 بانک داری را با دستورالعمل‌های ورزش انطباق دهند. به طوری که هم ارزش‌های فرهنگی را رعایت کنند و هم قوانین نهادهای بین‌المللی را با اهداف باشگاه‌ها، فدراسیون‌ها و مؤسسات مردم نهاد 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 برای انتقال نظام ارزش‌های فرهنگی جامعه خود ایفا کرد (صادق پور^۳، ۲۰۱۵: ۲۵).

نظریه ارزشی شدن کارل مارکس^۴ در صنعت بانکداری بر

توسعه صنعت ورزش: صنعت بانک داری در ایران می‌تواند ارزش‌های مازاد (سود و منفعت) کسب شده از ارائه خدمات اعتباری انفورماتیکی به صنعت باشگاه داری 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 کند و تبدیل به یک فرایند تبدیلی که ارزشی شدن نامیده می‌شود خواهد شد و یک داروی

4. Karl Heinrich Marx
5. Jurgen Habermas

1. Carroll
2. Talcott Parsons
3. Sadehpour

عاملیت صورت پذیرد، کارشناسان به مثابه موجودی خلاق و معناساز در سطح تعاملات دو صنعت دست به تفسیر و بازاندیشی و بازسازی می زنند که بتوانند یک نظام معنای مشترک ایجاد کنند که بر سطح صنعت ورزش و بانکداری تأثیر بگذارد (صادق پور، ۲۰۱۵: ۳۹).

نظریه تکنولوژی‌های کنترلی میشل فوکو^۲ در صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش: صنعت بانکداری می‌تواند در رابطه با تکنولوژی‌های کنترلی در صنعت ورزش از طریق طرح‌های سراسر بین 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 در شفاف سازی صنعت ورزش نقش کلیدی و مهمی را ایفا کند و در کم رنگ 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 سیستم‌ماتیک ورزش خدمات شایانی ارائه کنند (صادق پور، ۲۰۱۵: ۴۰).

نظریه ساختار و عاملیت آنتونی گیدنز^۱ در صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش: در شرایط کنونی ساختارها چه در حوزه بانکداری و در چه حوزه ورزش که می‌بایستی تواناکننده عمل باشند، 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 کنند 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 آن را برای دوطرف بازنگری کرد، تا بازاندیشی، هم‌اندیشی و خردورزی بر یک نظام معنای مشترک برسد که بر سطح فرهنگ بانکداری و صنعت ورزش تأثیر مثبت برای

جدول ۱. چارچوب نظری تبیین جامعه‌شناختی صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش

پارادایم	چارچوب نظری
پارادایم اثبات‌گرایی	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 (ایجاد و حفظ فرهنگ و ارزش‌ها)
پارادایم انتقادی	نظریه ارزشی شدن در صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش نظریه نظام و استعمار زیست‌جهان در صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش
پارادایم برساختی-تفسیری	نظریه ساختار و عاملیت گیدنز در صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش
پارادایم پست‌مدرن	نظریه تکنولوژی‌های کنترلی در صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش

پیشینه پژوهش

توسعه نیروی انسانی، توسعه امکانات و زیرساخت، توسعه حقوقی و قانونی، توسعه بنگاه‌های صادرات، توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی) با عوامل تولید در کلاس جهانی (کیفیت، نوآوری، هزینه، زمان، انعطاف‌پذیری) و عوامل خدمت در کلاس جهانی (فروش و پس‌ازفروش) رابطه علی و اثرگذار وجود دارد که می‌تواند باعث توسعه صنعت ورزش در کلاس جهانی شود.

در پژوهشی که محمدی^۲ و همکاران (۱۳۹۸) انجام داده‌اند 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 رسانه‌ای، توسعه علمی-پژوهشی، توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن،

رقابت بین شرکت‌ها تنها معلول وجود رقبا نیست. پورتر اعتقاد دارد که محیط رقابتی صنعت توسط تقابل پنج نیروی نسبتاً با ثبات تعیین می‌شود. این نیروها عبارتند از تهدید ورود رقبا، جدید، توان چانه زنی خریداران، توان چانه زنی تأمین کنندگان، تهدید ورود محصولات جایگزین، شدت رقابت بین رقبا موجود.

در پژوهشی که صدقی^۵ و همکاران (۱۳۹۸) انجام داده‌اند به بررسی نقش بانک‌ها و مؤسسات اداری در سرمایه گذاری خصوصی ورزش استان آذربایجان شرقی پرداخته و به این نتیجه دست یافته است که رابطه منفی و معنی داری بین موانع مربوط به امور بانکی با میزان سرمایه گذاری ورزشی خصوصی در استان آذربایجان شرقی وجود دارد. همچنین، به غیر از بخش موانع مربوط به امور بیمه‌ای، تفاوت معنی داری بین اولویت موانع مختلف از دیدگاه صاحبان سرمایه در بخش اداری وجود دارد همچنین در بین کلیه بخش‌ها، موانع مربوط به امور بانکی، مهم‌ترین مانع محسوب می‌شود. با کاهش موانع مربوط به امور اقتصادی و بانکی به عنوان مهمترین مانع عنوان شده و همچنین توجه بیشتر برخی مؤسسات اداری شناسایی شده به نقش خود در این راستا می‌توان بر میزان سرمایه گذاری خصوصی در ورزش استان آذربایجان شرقی افزود.

میشال بوزکو^۶ (۲۰۲۲) مروری بر حمایت از ورزش در بانک‌های تجاری و تعاونی دارد. وی نشان می‌دهد که بانک‌ها بیشتر از اسپانسر ورزشی برای تبلیغ برند، حمایت از فرایند فروش و یا جذب مشتریان جدید استفاده می‌کنند. در اینجا بانک‌های تعاونی که نهادهایی با حوزه فعالیت محلی یا منطقه‌ای هستند در حمایت از ورزش از اهمیت بالایی برخوردارند. این بانک‌ها با توجه به هدف اساسی فعالیت خود که حمایت از توسعه محلی یا منطقه‌ای است، مایل به حمایت مالی از باشگاه‌های ورزشی محلی در منطقه هستند. بازاریابی ورزشی برای یک بانک تعاونی یک پلت فرم چند بعدی است که از دستیابی به اهداف تجاری پشتیبانی می‌کند.

گیمر و همکاران^۷ (۲۰۲۱) مروری بر متون اندازه‌گیری سرمایه انسانی در بازارهای ورزشی و امور مالی بانکی دارند. آنها سپس این دو زمینه تحقیقاتی را مقایسه و مقابل هم قرار می‌دهند، همچنین نشان می‌دهند 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.

در پژوهشی که رضایی^۱ (۱۳۹۹) انجام داده است به طراحی مدل درآمدزایی باشگاه‌های فوتبال ایران پرداخته و به این نتیجه دست یافته است که تئوری جوهری مدل درآمدزایی باشگاه‌های فوتبال ایران دارای هفت مؤلفه: مکانیزم‌های مؤثر مدیریتی، مکانیزم‌های مالی، مکانیزم‌های آموزش، مکانیزم‌های اصلاح ساختار فوتبال، مکانیزم‌های اصلاح فرهنگ، مکانیزم‌های حقوقی - قانونی و استقرار مدل درآمدزایی آیت که توسعه و موفقیت باشگاه‌های فوتبال ایران در گرو مدیریت برتر این مؤلفه‌ها است.

در پژوهشی که یوسفی زرنندی^۲ و همکاران (۱۴۰۰) انجام داده است به موانع رقابت پذیری کالاهای داخلی با نمونه‌های 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. بنابراین با توجه به موانع موجود بر سر راه تولید، لازم است که سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیرندگان کلان کشور با همراهی بخش خصوصی بسترهای لازم در جهت بهبود فرایند تولید و سرمایه‌گذاری را فراهم کرده و با رفع مشکلات و موانع تولید راه را برای یک اقتصاد پویا هموار کنند.

در پژوهشی که جوانی^۳ و همکاران (۱۴۰۰) انجام داده است به طراحی مدل مدل برندسازی 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 برندسازی، شخص، محصول و نهاد، در صنعت ورزش موضوعیت دارد. این پژوهش از نوع پژوهش‌های اکتشافی و به تناسب رویکرد پژوهش کیفی بود، برای این منظور به خبرگان حوزه برندسازی مراجعه و از طریق مصاحبه عمیق به جمع‌آوری داده‌ها پرداخته شد و روش نمونه‌گیری در این پژوهش گلوله برفی بود. در نهایت از دل داده‌ها ۱۵ مقوله اصلی در سه سطح: رفتاری، سازمانی و رویداد استخراج شد. این مدل نمایش ساده‌ای از برندسازی صنعت ورزش ایران است که سعی بر آن بود که ساختارهای اساسی برندسازی صنعت ورزش ایران را دربرگیرد.

در پژوهشی که خراسانی^۴ و همکاران (۱۳۹۹) انجام داده‌اند، به تحلیل صنعت ورزش ایران با استفاده از مدل ۵ نیروی پورتر پرداخته و به این نتیجه دست یافته است که در جهان امروزی

اتفاق می افتد، پرداخته شده است. پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به این پرسش است که عوامل کلیدی صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش کشور کدامند و اولویت بندی آن‌ها چگونه است؟ پرسشی که می‌تواند پژوهشگران و دست اندرکاران امر را در اتخاذ سیاست‌های راهبردی‌تر و اثربخش‌تر یاری کند.

پرسش اصلی پژوهش

۱. مدل پارادایمی سیستماتیک جامعه شناختی صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش چگونه است، براساس تفاسیر و برداشتهای ذهنی کنشگران اجتماعی (سوژه‌ها) از واقعیت موضوعی چیست؟

پرسش های فرعی

۲. شرایط علی مؤثر در صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش از منظر کنشگران اجتماعی چگونه است؟
۳. پدیده محوری یا عوامل مؤثر در صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش و عاملین استمرار و تداوم آن از منظر کنشگران اجتماعی چیست؟
۴. شرایط زمینه‌ای ایجاد عوامل مؤثر در صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش از منظر کنشگران کدام است؟
۵. شرایط میانجی و مداخله گر مؤثر بر پدیده (صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش) از منظر کنشگران کدامند؟
۶. کنش متقابل (جامعه بانکداری، جامعه ورزشی) در قبال پدیده (صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش) از منظر کنشگران کدامند؟
۷. پیامدهای حاصل از پدیده (صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش) از منظر کنشگران چیست؟

روش پژوهش

روش پژوهش داده بنیاد، نظریه مبنایی که از مشاهده شروع تا به تولید نظریه برسد. پژوهش حاضر با رویکرد کیفی در مطالعه تعریف اجتماعی صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش، متضمن پیش فرض‌های خاص خود است. براساس دیدگاه ساخت گرای تفسیری، از لحاظ هستی شناسی یک پدیده وابسته به تجربه انسان و تفسیر اوست و به طور اجتماعی ساخته می‌شود و می‌تواند معانی مختلفی داشته باشد. از لحاظ معرفت شناسی پژوهشگر از طریق تعامل با موضوع مورد

پژوهش های فری^۱ (۲۰۲۰) نشان می‌دهد که با وجود اینکه همکاری بخش خصوصی در بخش ورزش موجب بهبود بهره وری و کاهش هزینه‌های دولت می‌شود، بهبود در فرآیند خصوصی سازی بستگی به روش اجرای آن و مدیریت حرفه‌ای و عملی آن دارد. در نتیجه مشکلاتی همچون مشکلات مالی، ساختاری، مدیریتی و نقض حقوق مشتریان تحت تأثیر اجرای نا کارآمد خصوصی سازی بوجود می‌آید (فری، ۲۰۲۰).

پژوهش های آن هرناندز^۲ (۲۰۲۰) نشان می‌دهد که در کشور آلمان توسعه بخش خصوصی با سایر کشورها همچون کانادا، انگلستان، آمریکا و استرالیا متفاوت است در آنجا بخش خصوصی و دولت همکاری نزدیکی با یکدیگر دارند. عوامل تمرکز زدایی و خصوصی سازی نقش اساسی در اصل یارانه ایی (سوسپید) ایفا می‌کنند که باعث بهبود اداری سازمان‌های ورزشی شده و موجب فراهم شدن بستر سیاسی و اقتصادی در بخش خصوصی این کشور شده است (هرناندز، ۲۰۲۰).

گاجوویاک^۳ و همکاران (۲۰۲۰)، در پژوهش خود، اهداف مخارجی که دولت در زمینه ورزش متقبل می‌شود را در وهله اول، توسعه بازسازی امکانات ورزشی برای سلامت عمومی و استفاده از ورزش به عنوان ابزاری برای مهندسی اجتماعی و در وهله دوم، فراهم کردن تسهیلات سطح بالا برای ساخت یک کشور قوی در حوزه ورزش می‌داند.

هدف این مطالعه بررسی رابطه بین مخارج دولت در امکانات ورزشی (GXSF)^۴ و موفقیت ورزشی در اقتصاد ایران عنوان شده است. نتایج نشان می‌دهد که بین مخارج بالاتر در این حوزه و موفقیت در ورزش ارتباط معنی‌داری وجود ندارد (گاجوویاک، ۲۰۲۰).

پژوهش حاضر را شاید بتوان گفت که از زاویه‌ای نسبتاً 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 استراتژی‌ها و ارائه راهکارهایی است که منجر به توسعه و اعتلای صنعت ورزش ایران می‌شود را بررسی کرده است این پژوهش که در نوع خود مطالعه جدیدی است که در پژوهش های پیشین فاقد بررسی این تنوع بعدها با هم بوده است و تنها از یک جنبه به تبعات قضیه پژوهش مورد نظر ما پرداخته‌اند، نوآوری کار پژوهش در این است 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

3. Gajowiak

4. government expenditures on sport facilities

1. Frey

2. Hernandez

تحلیل و تفسیر نتایج استفاده می‌شود (محمدپور^۲، ۲۰۰۹: ۸۵).

۳- ضریب توافقی کاپا: این ضریب ثابت 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 که اندازه توافق ضریب کاپا ۰,۷۸۸ به دست آمده است. مقدار احتمال آزمون نیز به صورت $P < 0.001$ value 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 است، تأیید می‌شود. آماره Standard Error Asymptotic در مقابل همبسته و Approximate T آماره تقریبی است که در محاسبه ضریب کاپا به کار می‌رود. افزون بر این، در پژوهش حاضر جهت سنجش روایی از معیارهای اسکینر، ادواردز و کوربت (۲۰۱۴) که در جدول 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 مسیر کسب 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 مشارکت‌کنندگان	بررسی اطلاعات به دست آمده به کمک گروه پژوهش و نظرسنجی از مصاحبه‌شوندگان در خصوص نتایج
مثلث 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

یافته‌ها

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

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

پژوهش، به شناخت آن نائل می‌شود و بنابراین از لحاظ روش شناسی دارای ابعاد و تفسیرهای گوناگون است (بازرگان هرندی^۱، ۲۰۱۹: ۱۹). در این پژوهش نمونه‌ها از طریق نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده‌اند. اندازه نمونه در این پژوهش بر مبنای شاخص اشباع نظری برابر با ۵۰ نفر بود. در این روش پژوهشگر پس از استخراج ۵۰ مصاحبه‌های باز و نیمه ساختار یافته (جامعه تحت مطالعه) پرسش‌هایی در محورهای سه گانه «چیست»، «چرا» و «چگونه» با در نظر گرفتن الزامات مربوط به تنظیم مدل پارادایمی در باب پدیده مورد مطالعه (عوامل کلیدی صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش) پرسیده است. شرکت‌کنندگان در طیف سنی میان ۳۵ تا ۶۵ ساله قرار داشتند، مدت مصاحبه با مربیان، مدیران بانکی، کارشناسان ورزشی و باشگاه‌های لیگ برتر، ۳۰ دقیقه بوده است. در این پژوهش، اهداف پژوهشی به مشارکت‌کنندگان تبیین و به آنها در خصوص محرمانه بودن مصاحبه (ضبط صدای مصاحبه شوندهگان) و حفظ رازداری و 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 استراوس و کوربین توسعه داده‌اند (کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی) کدگذاری شدند. در این سه مرحله کدگذاری داده‌ها به تدریج از دل کدها، مفاهیم از دل مفاهیم مقوله‌ها و از دل مقوله‌ها نظریه استخراج شد. این پارادایم در برگیرنده 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، مفهوم سازی، استخراج مقولات و برداشتهای پژوهشگر نظارت کردند.

۲- زاویه بندی نظری: این شیوه توسط دنزین پیشنهاد شده است. در این شیوه از نظریات و رویکردهای نظری مرتبط با موضوع پژوهش در مرحله توسعه مفاهیم حساس و تنظیم نظام مقولات و نیز برای

جدول ۳. کدگذاری باز

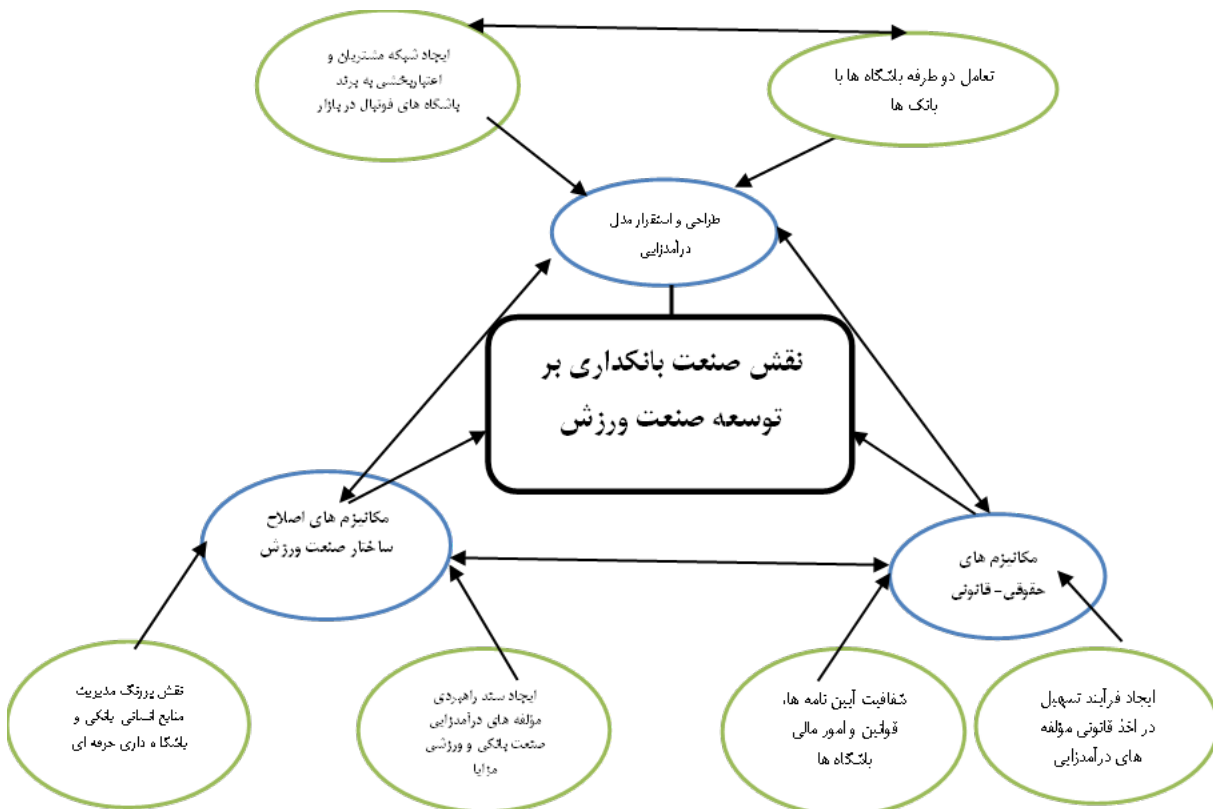
کد متمرکز	مقوله	نشانگر
		P3
		P12
	تعامل دو طرفه باشگاه‌ها با بانک‌ها	P8
		P6
		P11
		P8
		P5
	ایجاد شبکه مشتریان و اعتباربخشی به برند باشگاه‌های فوتبال در بازار	P7
		P14
طراحی و استقرار مدل درآمدزایی		P12
		P5
		P15
		P7
	دستیابی به مزایای استقلال مالی و توسعه آنها	P10
		P3
		P10
		P1
		P4
	ایجاد فرآیند تسهیل در اخذ قانونی مؤلفه‌های درآمدزایی	P6
	شفافیت آیین نامه‌ها، قوانین و امور مالی باشگاه‌ها	P2
مکانیزم های حقوقی- قانونی		P12
	طراحی مجدد فرآیندهای داخلی باشگاه‌ها	P14
		P15
		P9
	وجود آیین نامه‌ها	P5
	استفاده از فناوری اطلاعات	P6
	برخورداری از حق کپی رایت و مالکیت معنوی (برند باشگاه)	P1
		P3
تمرکز بر فرایندهای باشگاه داری		P14
	وجود چشم انداز و اهداف روشن	P15
		P1
	انجام بازی‌های با کیفیت	P8
		P11
	رعایت قوانین بین المللی	P5
		P8
		P9
	وجود کانون هواداران	P14
		P5
		P1
		P1
	داشتن کمیته‌های فنی و تخصصی	P3
		P6
		P12
	استفاده از مشاوران بانکی متخصص در ساختار باشگاه	P10
		P6
آموزش		P9
	ایجاد سند راهبردی باشگاه داری حرفه‌ای	P13
	آشنایی با شیوه‌های آموزش	P7
	ارائه آموزش‌های ارتباط محور و تعاملی به مدیران	P9
		P15
		P11
		P2
	تغییر شیوه های آموزش مدیران	P11
		P13
		P13
		P4
		P6
	نقش حمایتی مدیران بانکی و باشگاه‌ها در ایجاد تحول	P6
مکانیزم های مؤثر مدیریتی	نقش پررنگ مدیریت منابع انسانی بانکی و باشگاه داری حرفه‌ای	P4
	تأمین و توسعه امکانات و تسهیلات باشگاه‌ها	P8
	مدیریت منابع (هزینه‌ها و درآمدها)	P13
مکانیزم های مالی و اداری	طراحی مکانیزم های پرداخت منطقی و عادلانه	P9
	ارتقاء نظام ارزشیابی و کنترل	P8
	اصلاح ساختار معیوب صنعت ورزش	P2
مکانیزم های اصلاح ساختار صنعت ورزش	ایجاد سند راهبردی مؤلفه‌های درآمدزایی صنعت بانکی و ورزشی	P11
	مدیریت تخصصی صنعت ورزش و بانکی	P9

کد متمرکز	مقوله	نشانهگر
	حذف رانتهای سیاسی در صنعت ورزش و بانکی	P3
مکانیزم های اصلاح فرهنگ	بازسازی کانال های ارتباطی مبتنی بر تعامل های دو طرفه	P1
	تأکید بر اخلاق مداری	P14

همانگونه در جدول (۴) مشاهده می شود، پس از سه مرحله کدگذاری داده های متنی نقش صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش، شش مضمون اصلی (شامل: تعامل دو طرفه باشگاه ها با بانک ها، ایجاد شبکه مشتریان و اعتباربخشی به برند باشگاه های فوتبال در بازار، ایجاد فرآیند تسهیل در اخذ قانونی مؤلفه های درآمدزایی، شفافیت آیین نامه ها، قوانین و امور مالی باشگاه ها، ایجاد سند راهبردی مؤلفه های درآمدزایی صنعت بانکی و ورزشی و نقش پررنگ مدیریت منابع انسانی بانکی و باشگاه داری حرفه ای)، سه مضمون سازمان دهنده (شامل: طراحی و استقرار مدل درآمدزایی، مکانیزم های حقوقی - مضمون فراگیر (شامل نقش صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش) حاصل شد که در جدول زیر مصداق های مربوط به هر یک از مضامین به تفکیک آورده شده است.

جدول ۴. مضامین تحلیل جامعه شناختی نقش صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش

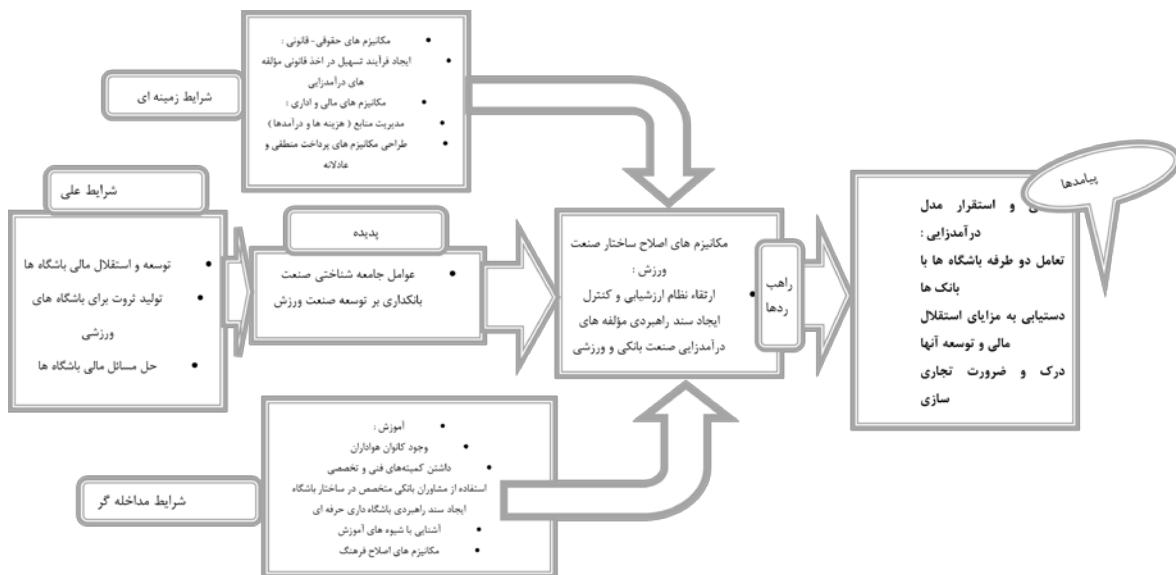
مفاهیم ثانویه (مضمون سازمان دهنده)	مفاهیم اولیه (مضمون اصلی)	تم (مضمون فراگیر)
تعامل دو طرفه باشگاه ها با بانک ها	طراحی و استقرار مدل درآمدزایی	نقش صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش
ایجاد شبکه مشتریان و اعتباربخشی به برند باشگاه های فوتبال در بازار	ایجاد فرآیند تسهیل در اخذ قانونی مؤلفه های درآمدزایی	مکانیزم های حقوقی - قانونی
ایجاد سند راهبردی مؤلفه های درآمدزایی صنعت بانکی و ورزشی	شفافیت آیین نامه ها، قوانین و امور مالی باشگاه ها	مکانیزم های اصلاح ساختار صنعت ورزش
نقش پررنگ مدیریت منابع انسانی بانکی و باشگاه داری حرفه ای	ایجاد سند راهبردی مؤلفه های درآمدزایی صنعت بانکی و ورزشی	مکانیزم های حقوقی - قانونی



نمودار ۱. مدل مفهومی نقش صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش

الف) طراحی و استقرار مدل درآمدزایی ب) مکانیزم های حقوقی - قانونی ج) مکانیزم های اصلاح ساختار صنعت ورزش، که در زیر به تحلیل آن‌ها پرداخته شده است.

همان گونه که در نمودار ۱ مشاهده می‌شود از تحلیل جامعه شناختی نقش صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش از دیدگاه جامعه شناسی سه مضمون اصلی بدست آمده است که شامل:



ایجاد مدیریتی اثربخش و کارآمد می‌شود. شرایط کنش‌ها و تعاملات میانگر فعالیتها و تعاملات هدفداری 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 زیرساخت‌ها و فضاهای ورزشی استاندارد) ایجاد می‌شود. در نظریه توسعه صنعت بانکداری بر صنعت ورزش ایران، این مقوله منجر به پیامد و یا نتیجه ای می‌شود 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 می‌باشد)، می‌توان در صنعت بانکداری و ورزش ایران، تحولات اساسی ایجاد کرد. به شرایط خاصی که بر کنش‌ها و تعاملات تأثیر می‌گذارند، بستر گفته می‌شود. این شرایط را مجموعه‌ای از مفاهیم، مقوله‌ها و متغیرهای زمینه‌ای تشکیل می‌دهند 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 کنش‌ها و تعاملات تأثیر می‌گذارند. شرایط مداخله گر متشکل از مجموعه‌ای از متغیرهای میانجی و واسط هستند که بر کنش‌ها و تعاملات (اصلاح ساختار، تجاری سازی و خصوصی سازی) تأثیر می‌گذارند، این شرایط در مکانیزم توسعه صنعت ورزش ایران شامل: توسعه زیرساخت‌ها و فضاهای ورزشی و توسعه نظام بانکی است، مقوله‌هایی که میانگر پیامدهایی هستند که در اثر اتخاذ کنش‌ها و تعاملات

بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر با اتخاذ رویکردی کیفی و با استعانت از روش نظریه مبنایی تلاش می‌کند مدل پارادایمی از مفهوم عوامل جامعه شناختی صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش را بر اساس برداشت‌های ذهنی و تفاسیر و تعاریف کنشگران از این مفهوم ارائه دهد. براساس یافته‌های پژوهش حاضر، رویکرد در قالب تعامل هفت مؤلفه اصلی مشخص شده است: هدف این پژوهش تحلیل عوامل جامعه شناختی صنعت بانکداری بر توسعه صنعت ورزش ایران بود. بر اساس نتایج به دست آمده از مصاحبه‌های عمیق و مقوله بندی آنها، عوامل سیاست زدایی، مدیریت اثربخش و کارآمد، اصلاح ساختار، تجاری سازی، خصوصی سازی، عوامل محیطی، توسعه منابع انسانی، ارتقاء زیرساخت‌ها و توسعه فضاهای ورزشی استاندارد، طراحی نظام استعدادیابی و استقرار مکانیزم توسعه صنعت بانک داری بر ورزش، به عنوان ده مؤلفه مؤثر در توسعه صنعت ورزش ایران شناسایی و استخراج شد. به طور کلی شرایط علی باعث ایجاد و توسعه مقوله اصلی (محوری) می‌شود. در این پژوهش «سیاست زدایی» که متشکل از چندین مقوله است به عنوان شرایط علی انتخاب شد. پدیده محوری یا اصلی اساس و محور فرآیند پژوهش است. با توجه به تأکید مصاحبه شونده‌گان و تکرار آن در کدهای مصاحبه‌ها، مبحث «مدیریت اثربخش و کارآمد» در نهادها و سازمان‌های ورزشی به عنوان پدیده اصلی این پژوهش انتخاب شد. شرایط علی باعث اهمیت، ایجاد و توسعه پدیده اصلی می‌شود، در واقع سیاست زدایی صنعت ورزش، باعث

به وجود می‌آیند را پیامد می‌نامند. نقش بانکها در صنعت ورزش می‌تواند مدل عملیاتی فنی کیفیت خدمت را در بر گیرد کیفیت فنی شامل آن چیزی است که ارائه می‌شود و کیفیت عملیاتی و چگونگی ارائه آن را در بر می‌گیرد. نقش بانکها در منفعت صنعت ورزش به توانمندی سازی منابع انسانی در اقتصاد ورزش منجر خواهد شد. صنعت بانکداری در سرفصل‌های تسهیلات اعطایی می‌تواند با عقود فروش اقساطی تجهیزات و لوازم کار، مشارکت مدنی در بخش‌های تولید، ساختمان، ساخت ورزشگاه‌های کوچک و متوسط، کارت‌های اعتباری، صدور انواع ضمانت نامه‌ها، خرید دین باعث رشد، توسعه و شکوفایی اقتصاد در صنعت ورزش گردد. رابطه معنی داری بین انگیزه‌ها و نیازهای مالی باشگاه‌ها، هیأت‌ها، فدراسیون‌ها، دسترسی به پول نقد، امنیت دارایی، جابجایی پول پرداخت‌های معوق و توصیه‌های مالی با صنعت بانکداری وجود دارد. بانکها دارای توانایی و قابلیت نرم افزار و سخت افزار برای مراحل اجرایی کلیه موارد اعطایی وام قرض الحسنه ازدواج و تهیه جهیزیه، درمان و بیماری برای منابع انسانی حوزه ورزشی را دارا هستند. یکی از مواردی که همیشه در جامعه ورزش و رسانه‌ها مورد نقد قرار می‌گیرد شفافیت مالی در فدراسیون‌ها، هیأت‌ها و باشگاه‌هاست، زمانی که صنعت ورزشی ارتباط مؤثر خود را با صنعت بانکداری مورد توجه قرار دهد، نظام بانکی کشور می‌تواند در جهت شفافیت صورت‌های مالی و همچنین بررسی‌های اقتصادی، فنی، مالی باشگاه‌ها خدمات شایسته‌ای را ارائه کند و همچنین در کاهش پرونده‌های حقوقی در مجامع بین‌المللی ورزشی نقش مهمی را داشته باشد. برای ثبات و پایداری و تدوین و تنظیم نظام باشگاه داری در ایران نظام بانکی قادر است تجربیات خود را در رابطه با چگونگی تشکیلات و روش‌ها، از جمله ساختارسازی در باشگاه‌ها و تأمین بخشی از سرمایه‌های لازم را در رابطه با ثبات و پایداری باشگاه‌ها و همچنین جلوگیری از انباشت مطالبات سررسید گذشته، معوق باشگاه‌ها نقش ویژه و استراتژیکی را ایفا کنند. ولی آن چیزی که در این پژوهش کار پژوهشگر را با پژوهش‌های پیشین متمایز می‌کند این است که افزون بر تخصص و تجربه نویسنده این پژوهش که پژوهشگر خود به عنوان بازیکن، سرمربی، مدیر سازمان‌های ورزشی و باشگاه‌های در سطح ملی و کلان ورزش کشور حضور کاربردی داشته است و هم در صنعت بانکداری از حضور در واحدهای شعب، بازرسی، اعتباری، بازاریابی در بانک‌ها بصورت عملیاتی با بیش از ۲۵ سال تجربه بانکی و بیش از ۴۰ سال تجربه در ورزش (آکادمیک - تجربی) را دارا است. در رابطه تبیین جامعه شناختی صنعت بانکداری بر صنعت ورزش در حوزه تجهیز منابع در اقتصاد ورزش در ایران است که این قسمت نیز مورد توجه پژوهشگر قرار گرفته است. تجهیز منابع بوسیله سرمایه گذاران خارجی است نظام بانکی در ایران با بسیاری از کشورهای دنیا در رابطه با موضوعات سرمایه گذاری مرتبط

است و صنعت بانکداری می‌تواند نقش سازنده و مفید در جذب سرمایه گذاری خارجی برای صنعت فوتبال ایران را داشته باشد، امور بین‌الملل بانکها در این خصوص دانش و توانایی ارتباط مؤثر و چشمگیری را با این گروه از سرمایه گذاران دارا هستند. در شرایط فعلی صنعت ورزش ایران در مقایسه با منابع درآمدی موجود در صنعت جهان فوتبال تنها توانسته است از بلیط فروشی، حامیان مالی و بازرگانی و تبلیغات استفاده کند پس گرایش به تأمین منابع مالی توسط نظام بانکداری در ورزش توسط صنعت ورزش در ایران ضروری است. یکی دیگر از نکته‌های متمایز این پژوهش توجه به بازسازی استادیوم‌ها و ورزشگاه‌های ایران است بر اساس تأمین مالی از طریق سیستم بانکی کشور که پژوهشگر به آن اشاره کرده است. بودجه ورزش قابلیت بازسازی کامل همه ورزشگاه‌های ایران را ندارد پس این مهم ایجاب می‌کند که نظام بانکداری در رابطه با رسالت اجتماعی خود و همچنین کسب درآمد در ورزش سرمایه گذاری کند و در مقابل نیز صنعت ورزش متقابلاً بتواند از نظام بانکی کشور بهره لازم را ببرد، بستر لازم و کافی برای تولید و طراحی‌های بنگاه‌های زود بازده ورزشی را فراهم کند تا بانکها نیز بتوانند از بازارهای هدف در ورزش نهایت بهره مندی و تجهیز منابع و درآمدهای کاربردی را برای خود فراهم سازند. صنعت ورزش دارای ویژگی‌هاست که می‌تواند از تقسیم بندی عقود تسهیلاتی «مشارکتی، مبادلاتی و تعهداتی» برای رونق اشتغال و کسب و کار در ورزش و همچنین سرمایه گذاری در واحدها و بنگاه‌های زود بازده ورزشی استفاده بهینه کند. صنعت بانکداری با تأمین مالی و مشارکتی در پروژه‌های سلامت محور برای عامه مردم نیز می‌تواند در کاهش هزینه‌های درمانی دولت و مردم نقش آفرینی کند و به بهداشت جامعه ورزش و عام مردم کمک کند. صنعت بانکداری قابلیت گشایش اعتبار اسنادی ریالی، ارزی و همچنین چگونگی تأمین مالی بابت باقیمانده وجه اعتبار اسنادی گشایش را در قالب عقد فروش اقساطی برای صنعت ورزش داراست. همچنین بحث روز در صنعت ورزش پرونده‌های حقوقی در مجامع بین‌المللی است ارتباط صنعت ورزش با دانش بانکداری در امور بین‌المللی یکی دیگر از تفاوت‌های این پژوهش با سایرین است زیرا اولویت مقتضیات زمان در خصوص دعوای ورزشی است به ویژه در حوزه فوتبال، ترکیب دانش حقوقی بانکی و دانش ورزشی برای پیشگیری و رفع این موانع اثربخش است. این پژوهش مرتبط با ویژگی و مقررات صنعت بانکداری و صنعت ورزشی در ایران است.

محدودیت پژوهش

عدم همکاری فدراسیون و سازمان لیگ فوتبال ایران در رابطه با در اختیار گذاشتن آمار و ارقام وضعیت مالی فوتبال ایران.

References

- Afrasiabi, B (1998), Commanders to the ball, illustrated history of Iranian football from the beginning to the 1998 World Cup in France, Tehran: Mehrfam Publications. (In Persian).
- Ali, S; & Khan, S. U. (2018, August). Critical success factors for software outsourcing partnership (SOP): a systematic literature review. In *2014 IEEE 9th International Conference on Global Software Engineering* (pp. 153-162). IEEE.
- Alison Doherty and Martha Murray (2017), The Strategic Sponsorship Process in a Non-Profit Sport Organization, *Sport Marketing Quarterly*, 16(1), 45(59).
- Allan, S. (2018), Satellite Television and Football Attendance. The Not so super Effect, *Applied Economic Letters* 11:123-125.
- Andreff, W and Nys, J F (2001), Economic sport, translated by Allahvardi Habiri, Tehran: Science and Sports Publications. (In Persian).
- Arefinaihad, A; Gholamzadeh, D and Vedadi, A (2023) Analyzing the effective factors of human resource training in government banking, *Government Accounting Journal*, 10(1), 125-142. (In Persian).
- Askarian, F (2018), Sports Economics, Tehran: Mabani Publications. (In Persian).
- Baughn, C. C. N L. Bodie, & Mcintosh J. C. (2020). Corporate Social and Environmental Responsibility in Asian Countries and Other Geographical Regions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 14(4): 189-205.
- Bolourian Tehrani, M (1999), Marketing and Market Management, Tehran: Publications of the Business Studies and Research Institute. (In Persian).
- Buszko M; Krupa D; Chojnacka M. (2019). Young people and banking products and services in Poland: fundamental aspects, *Ekonomia i Prawo (Economics & Law)*, 18 (2).
- Carroll, A. B. (2019). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct, *Business and Society* 38(3), 268-295.
- Cleland, J (2017), A sociology of football in a global context, translated by Hamid Pourang, Tehran: Culture, Art and Communication Research Institute Publications. (In Persian)
- Colla, E; & Lapoule, P. (2018). E-commerce: exploring the critical success factors. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 40(11), 842-864.
- Dahlsrud, A. (2020). How Corporate Social Responsibility is defined: An Analysis of 37 Definitions Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 15, 1-13.
- Dastoom, S; Ramezani Nejad, R; Benar, N and Rasouli, R, (2013), Survey of interactions administrative departments and industry sport in Iran Based on the Analysis Documents and structural, *applied researches in sports management*, 2(2), 91-109. (In Persian).
- Deane Mantia, P.L. (2020) 'An analysis of the status of the fitness industry', *Doctoral thesis, Boston University School of Education*, UMI No. 9965669.
- Dziawgo L; Dziawgo E; (2016) Ecological evolution of financial market: ecologically responsible investment, Business challenges in the changing economic landscape. Vol. 1: Proceedings of the 14th Eurasia Business and Economics Society Conference/eds.: Mehmet Huseyin Bilgin (et al.). DOI: 10.1007/978.
- Ehsani, M, (2012), Management in Sports Organizations, Tehran: Hatmi Publications (In Persian).
- Elahi, A (2004), investigating the performance of the professional football league organization of the Islamic Republic of Iran and comparing it with the professional football league organization of Japan, master's thesis, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, University of Tehran. (In Persian).
- Elahi, A; Sajjadi, S N; Khabeiri, M and Abrishmi, H, (2010), Obstacles to the development of Iran's professional football club industry, *Research in Sports Sciences*, 7(28), 53-68. (In Persian).
- Eschenfelder, M (2011), Economics of Sports, translated by Seyyed Mohammad Hossein Razavi, Mohsen Bolourian, Amol: Shomal Paydar Publications. (In Persian).
- Fereidouni, H. G; Foroughi, B; Tajaddini, R; & Najdi, Y. (2018). Sports facilities and sporting success in Iran: The Resource

- Curse Hypothesis. *Journal of Policy Modeling*, 37(6), 1005-1018.
- Frey, J. H; Eitzen, D. S. (2020). Sport and Society, *Annual Review of Sociology*, Vol. 17. 503-522.
- Gajowiak D. K. (2020). Działalność marketingowa w spółdzielczym sektorze bankowym i jej specyfika (Marketing actions in cooperative banking sector and peculiarity of them), *Zeszyty Naukowe Polinki 35- Garner, J; Humphrey, P. R; & Simkins, B. (2017). The business of sport and the sport of business: A review of the compensation literature in finance and sports. International Review of Financial Analysis. Europejskie, Finanse i Marketing. Nr 3 (52). 11-24.*
- Gates, L. P. (2018). *Strategic planning with critical success factors and future scenarios: An integrated strategic planning framework* (No. CMU/SEI-2010-TR-037). CARNEGIE-MELLON UNIV PITTSBURGH PA SOFTWARE ENGINEERING INST.
- Haji Vand, M (2018), Privatization of Football, Tehran: Donyaye Eghtrsad Publications.
- Hekmatnia, M; Khoshnevis, A (2009), Instances of Copyright in the Sport Industry, *Islamic Law*, 6th year, 6(23).127-158. (In Persian).
- Hernandez, R. A. (2020). Managing sports organizations. *Human Kinetics*.
- Hosseinzadeh Bahreini, M H, (2004), The Factors of Investment Security in Iran, *Jostarhaye Eghtesadiye Iran*, 1(2), 70-116. (In Persian).
- Iwan, B. (2010). Nowe trendy w marketingu sportowym (New trends in sport marketing), *Zeszyty Naukowe Polinki Europejskie. Finanse i Marketing. Nr 3 (52), 353-367*
- Javani, v, Ehsani, M; Amiri, M; Kozechian, H, (2016), Branding model with strategic thinking approach in Iranian sports, *Contemporary Researches in Sports Management*, 6(12). (In Persian).
- Józefowicz, B. (2020). Trust spectrum within sports team: Empirical evidence from professional basketball teams, *Journal of Physical Education and Sport*, Vol. 20 (Supplement issue 2), 1100-1105 doi:10.7752/jpes. 2020. s2159.
- Keshock, Christopher. M (2017), The effects of Economic Impact Information on the Attitudes of Potential Sports Sponsors Operatint in Mid-size and small College Communicaties, unpublished docoral degree dissertation, Department of Sport Management, Recreation Management and Physical Education, Florida State University.
- Koller, Ch (2017), Goal: a cultural and social history of modern football, translated by Davoud Heydari and Mofid Alizadeh, Tehran: Donyaye Eghtesad Publications.
- KNF (2020). Informacja na temat sytuacji sektora bankowego (Information on the condition of the banking sector), Warszawa, Czerwiec.
- Mohammadpour, A (2008) Qualitative research method against method, Tehran: Sociologists Publications. (In Persian)
- Moradi Chaleshtari, J; Moradi, MR; Norouzian Qhahfarokhi, S and Jafari, A, (2012), The Study of Economic Barriers Influencing Foreign Investment Attraction in I.R. Iran Football Industry, *Sports Management*, 5(2), 129-147. (In Persian).
- Moshabaki Esfahani, A; Vahdati, H; Khodadat Hosseini, S H and Ehsani, M, (2014), Designing the Brand Identity Model of Iranian Sports Industry (Case Study: Football Premier League), *Management Researches in Iran*, 17(4),203-223. (In Persian).
- Pitts & Stattler (2019), Searching for the sociability of the stands. A theory of the sports spectator, *sociology of sport*, 7(1), 44-60.
- Sadeghpour, R (2014), Examining the Challenges and Solutions of Attracting Investments for the Prosperity of Iran's Football Industry, Tehran: Irane Farda Publications. (In Persian).
- Tagavi, M (1995), Privatization: From Theory to Practice (Collection of Articles), Tehran: Agah Publications. (In Persian).
- Yousefi Zarandi, M H; Sharifian, E and Ghahraman Tabrizi, K, (2016), Comparison Internal-sector Barriers for competition with foreign products in Iran sports industry, *Contemporary Researches in Sports Management*, 6(11),73-82. (In Persian).