

**ORIGINAL ARTICLE****Designing a Paradigm Model of Investment in Iranian Women's Football****Nahid Ghavi Panjeh^{1*}  Morteza Rezaei², Halime Piri³, Leila Ghorbani GahFarokhi⁴**

1. Ph.D, Department of Sports Management, Faculty of Physical Education, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.

2. Ph.D, Department of Sports Management, Faculty of Physical Education, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.

3. Ph.D Student, Department of Sports Sciences, Golbahar Azad University, Mashha, Iran.

4. Associate Professor, Department of Sports Management, Payame Noor University, Tehran, Iran.

***Correspondence**

Nahid Ghavi Panjeh

E-mail:

nahidghavipanjeh91@gmail.com

Receive Date: 14/Jun/2025

Accept Date: 19/Sep/2024

Published Online: 24/Dce/2025

How to cite

Ghavi Panjeh, N., Rezaei, M., Piri, H., & Ghorbani GahFarokhi, L. (2026). Designing a Paradigm Model of Investment in Iranian Women's Football. *Applied Research of Sport Management*, 14(3), 173 -190.

EXTENDED A B S T R A C T**Introduction**

Today, the sports industry has gained a special place in global trade as one of the emerging and dynamic industries. This industry plays a key role in people's lives not only from the perspective of entertainment and health, but also has significant economic importance (Emami et al., 1401). Today, sports and related activities have become one of the important and effective industries in the growth and development of the economy of global societies. This industry directly and indirectly involves millions of people (Kalate et al., 1401). In order to commercialize and attract capital in the sports industry and also reduce health-related costs, it is necessary to help improve and advance the sports industry system by utilizing management capabilities and establishing them, implementing privatization, expanding the educational sector, and improving skills (Sadeghi Yazaj et al., 1402). Rohde and Brewer (2015) conducted a paper titled "Football Club Investors: A Review of Theory and Empirical Evidence from European Professional Football". The aim of this research was to analyze and investigate the behavior of investors in European professional football clubs. The findings of this research show that the motivations of investors in European professional football can be very diverse and include financial, emotional, and social goals. In recent years, we have witnessed a significant increase in the popularity and attention to women's football worldwide. This has led to increased female participation in the sport, increased support from international governing bodies, and a growing body of scientific research in the field. However, compared to the vast body of research conducted on men's football, research on women's football is still in its infancy. This leaves a significant gap in our knowledge and leaves important questions unanswered about the unique nature and dynamics of women's football (Okhum-Kerger, 2022). In this context, scientific and analytical studies and research can serve as an effective tool in understanding the dynamics and impacts of investment in women's football and contribute to effective policy and management decisions in this industry.

Methodology

The method of conducting this research is qualitative. The research strategy in this study was based on the Strauss and Corbin method of data analysis. Your statistical population includes experts and specialists with a background in academic teaching, women's sports activists, sports promotion experts, sports experts and officials, and sports policymakers and consultants. The selection of these groups as the statistical population indicates an effort to include different perspectives from scientific, practical, and policy-making experts. This multifaceted approach can help provide more comprehensive and accurate results, because each of these groups can provide different perspectives and experiences in relation to the subject under study. The sampling method was non-probability sampling,

with purposeful selection and maximum diversity. The sample size in this study was 13 people based on the theoretical saturation index. In the present study, the criteria of long-term involvement, sustained observation, re-inspection of the information acquisition path, checking, triangulation, and continuous comparison were used to assess validity. To calculate reliability using the intra-subject agreement method between two coders, a sports management expert who was present during the research and had adequate knowledge of the research was asked to participate as a collaborator in the coding of the research. The intra-subject agreement percentage was calculated to be 0.90.

Findings

Based on the research findings, causal factors (participatory motivations and goals), contextual factors (policies and planning), pivotal phenomena (investment in women's football), strategies (media support and commercial sponsorship), and intervening factors (cultural and infrastructural issues) all play an important role in investing in women's football. Finally, the consequences included (economic, social, cultural, and international consequences).

Discussion and Conclusion

This research was conducted with the aim of designing a paradigmatic model of investment in Iranian women's football. In conclusion of the research titled Designing a Paradigmatic Model of Investment in Iranian Women's Football, it can be said that several factors influence investment in this field. These factors include participatory incentives, financial and public goals, comprehensive and financial policies, detailed planning, and media and commercial support. Also, cultural and infrastructural problems as intervening factors require attention and effective strategies to overcome the challenges. Successful investment in women's football can lead to positive economic, social, cultural, and international outcomes, including increasing income, empowering women, changing attitudes and promoting sports culture, and enhancing Iran's international image in the field of women's sports. This paradigmatic model can be used as a reference framework for strategic and operational decision-making at different levels of sports management and contribute to the progress and sustainable development of women's football in Iran.

Participatory motives and goals, as important causal factors, are determinants of participation and investment in women's football. Financial and public goals also have an impact on investment. These findings are consistent with the results of Rohde and Brewer (2015), Emami et al. (2019). Participatory motives in women's football investment, which include financial and public goals, play a key role in the development and progress of this field. Financial goals, such as earning a profit through increasing ticket revenue, selling branded items, increasing the value of the club over time, and attracting new sponsors and partners, are powerful economic drivers for investors. These goals directly affect the profitability and financial sustainability of clubs and create an incentive for long-term investments. Buchholz and Lopata (2017) believe that economic investors prefer to prioritize sporting performance over economic performance. On the other hand, public objectives such as supporting the favorite team and players, contributing to the promotion of gender equality and women's empowerment, inspiring the next generation of girls to follow their dreams, creating career opportunities for women in the sports industry, and contributing to the economic and social development of the community, represent the social and cultural dimensions of investment. Attachment and emotions to the club, as key factors, are of great importance in the decision to invest in these instruments. Accordingly, investors expect an emotional return from their investments in these clubs, which they accept as financial compensation (Huth, 2019). These objectives help to strengthen the position of women's sport in society and can act as incentives to attract public support and increase community participation in women's sport. Ultimately, a combination of these financial and public incentives can lead to the creation of a balanced and sustainable investment environment that not only contributes to economic profitability but also promotes social and cultural values. Football and economic potential are two important dimensions in the development and advancement of women's football that directly affect investment in this area. Team success in competitions and leagues: Sporting success is a key indicator for attracting investment. Teams that consistently perform well can attract more attention from investors and sponsors. Also, quality and attractive games attract more

spectators to stadiums and television broadcasts, which can lead to increased revenues from tickets and broadcasting rights. Number and passion of fans: Passionate fans not only create an energetic atmosphere in stadiums but can also act as a source of income through ticket purchases and team-related merchandise. Fan loyalty to the team can be considered a long-term asset for clubs, helping to attract more investment. In addition to the above, a stable and growing economy provides the necessary conditions for successful investments. Booming markets can create more opportunities for revenue generation through women's football. The willingness to spend money on entertainment, especially in the field of sports, can act as a positive signal to investors. Financial and policy support from the government and the private sector can help strengthen infrastructure and increase investment in women's football. These capacities, both at the national and club level, can act as drivers for attracting investment and developing women's football, leading to a virtuous cycle of success and progress. These measures, especially in the field of women's football, can help promote the culture of women's football and increase women's participation in the sport. Focusing on women's football in particular can lead to strengthening infrastructure, improving access to sports facilities, and creating equal opportunities for female players. Such measures can also increase public awareness of the capabilities and role of women in football, and help develop professional leagues and expand training and coaching programs specific to women's football. These findings are consistent with the results of Al-Shaar (2023), which show that investment in the sports industry, especially football, can lead to improved quality of life and increased fan satisfaction. At the international level, targeted investments in women's football can play an important role in enhancing the country's image and brand. These investments can also attract foreign investment, strengthen cultural and diplomatic relations, and create an inspiring model for other countries. As a result, paying attention to the development and support of women's football not only contributes to the athletic and social progress of women, but can also be an effective tool for sustainable development and enhancing the country's international standing.

KEYWORDS

Model, Investment, Football, Women, Iran.



پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی

سال چهاردهم، شماره سوم، پیاپی پنجاه و پنجم، زمستان ۱۴۰۴ (۱۹۰-۱۷۳)

doi Doi: 10.30473/arsm.2025.71549.3895

E-ISSN: 2345-5551 P-ISSN: 2538-5879

«مقاله پژوهشی»

طراحی مدل سرمایه‌گذاری در فوتبال بانوان ایران

ناهید قوی پنجه^{۱*}، مرتضی رضائی^۲، حلیمه پیری^۳، لیلا قربانی قهفرخی^۴

چکیده

فوتبال بانوان در حال گسترش است و توجه سرمایه‌گذاران را به خود جلب کرده است. از این رو هدف از انجام این پژوهش، طراحی مدل سرمایه‌گذاری در فوتبال بانوان ایران طراحی بود. این پژوهش کیفی با استفاده از راهبرد تحلیل داده‌بنیاد با رویکرد اشتراک و کوربین انجام شد. جامعه آماری شامل متخصصین و خبرگان حوزه ورزش بانوان، سیاست‌گذاران و مشاوران ورزشی بودند. نمونه‌گیری غیراحتمالی با حداکثر تنوع انجام گرفته و اندازه نمونه بر اساس اشباع نظری ۱۳ نفر تعیین شد. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های باز جمع‌آوری شده و روایی با استفاده از معیارهایی چون درگیری طولانی‌مدت و مقایسه مستمر سنجیده شد. پایایی داده‌ها با روش توافق درون موضوعی دو کدگذار و با مشارکت یک متخصص مدیریت محاسبه شده و با نرخ ۹۰ درصد، قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها تأیید شد. یافته‌ها نشان می‌دهند که عوامل علی شامل انگیزه‌های مشارکتی و اهداف، به همراه عوامل زمینه‌ای مانند سیاست‌ها و برنامه‌ریزی، نقش بنیادینی در شکل‌گیری پدیده محوری یعنی سرمایه‌گذاری در فوتبال بانوان دارند. راهبردهایی چون حمایت رسانه‌ای و حمایت‌های تجاری به‌عنوان مکانیزم‌های تقویت‌کننده این سرمایه‌گذاری عمل می‌کنند، در حالی که عوامل مداخله‌گر مانند معضلات فرهنگی و زیرساختی می‌توانند به‌عنوان چالش‌هایی در این مسیر عمل نمایند. پیامدهای نهایی این سرمایه‌گذاری‌ها شامل تأثیرات گسترده‌ای در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و بین‌المللی است که می‌تواند جایگاه فوتبال بانوان ایران را در عرصه‌های داخلی و جهانی تقویت نماید. این تحقیق به درک عمیق‌تری از دینامیک‌های سرمایه‌گذاری در ورزش بانوان کمک کرده و می‌تواند به‌عنوان یک مرجع برای تصمیم‌گیران و سیاست‌گذاران در این زمینه عمل نماید.

واژه‌های کلیدی

الگو، سرمایه‌گذاری، فوتبال، بانوان، ایران.

۱. دکتری، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه مازندران، بابل، ایران.
۲. دکتری، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه مازندران، بابل، ایران.
۳. دانشجوی دکتری، گروه علوم ورزشی، دانشگاه آزاد گلپهر، مشهد، ایران.
۴. دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

*نویسنده مسئول: ناهید قوی پنجه

رایانامه:

nahidghavipankeh91@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۳/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۲۹

تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۱۰/۰۳

استناد به این مقاله:

قوی‌پنجه، ناهید؛ رضائی، مرتضی؛ پیری، حلیمه و قربانی قهفرخی، لیلا (۱۴۰۴). طراحی مدل سرمایه‌گذاری در فوتبال بانوان ایران. فصلنامه علمی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۱۷۳-۱۹۰، (۳)۱۱۴.

حق انتشار این مستند، متعلق به نویسندگان آن است. © ۱۴۰۴ ناشر این مقاله، دانشگاه پیام نور است.

این مقاله تحت گواهی زیر منتشر شده و هر نوع استفاده غیرتجاری از آن مشروط بر استناد صحیح به مقاله و با رعایت شرایط مندرج در آدرس زیر مجاز است.

Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)<https://arsmb.journals.pnu.ac.ir/>

مقدمه

امروزه، صنعت ورزش به‌عنوان یکی از صنایع نوظهور و پویا در تجارت جهانی جایگاهی ویژه یافته است. این صنعت نه تنها از منظر سرگرمی و سلامتی، نقشی کلیدی در زندگی افراد ایفا می‌کند، بلکه به لحاظ اقتصادی نیز اهمیتی قابل توجه دارد (امامی و همکاران، ۱۴۰۱).

ورزش و فعالیت‌های مرتبط با آن امروزه به یکی از صنایع مهم و مؤثر در رشد و توسعه اقتصاد جوامع جهانی تبدیل شده‌اند. این صنعت، میلیون‌ها نفر را به‌طور مستقیم و غیرمستقیم درگیر خود می‌کند (کلاته و همکاران، ۱۴۰۱). برای تجاری‌سازی و جذب سرمایه در صنعت ورزش و همچنین کاهش هزینه‌های مرتبط با سلامت، باید از طریق بهره‌گیری از توانایی‌های مدیریتی و استقرار آن، اجرای خصوصی‌سازی، گسترش بخش آموزشی و بهبود مهارت‌ها، به بهبود و پیشرفت نظام صنعت ورزش کمک کرد (صادقی‌یزج و همکاران، ۱۴۰۲).

با پیاده‌سازی سیاست‌های اقتصادی که بر پایه آزادسازی و فراهم آوردن محیطی باز برای فعالیت‌های تجاری استوار است، دستیابی به بازارهای نوپا، جذب سرمایه‌های خارجی و بهره‌گیری از فناوری‌های پیشرفته ممکن می‌شود. این رویکرد به افزایش ثبات اقتصادی کمک کرده و خطرات مرتبط با سرمایه‌گذاری را کاهش می‌دهد. در نهایت، این شرایط موجب تقویت سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی در حوزه‌های متفاوت، از جمله در عرصه ورزش می‌گردد (امامی و همکاران، ۱۴۰۱).

ارائه استراتژی‌های مؤثر در زمینه‌های اقتصادی، مدیریتی و فرهنگی می‌تواند به‌عنوان اصلی‌ترین عوامل، زمینه‌ساز سرمایه‌گذاری و مشارکت فعال بخش خصوصی در صنعت ورزش ایران باشد. این رویکردها می‌توانند به ایجاد یک محیط کسب‌وکار سالم و پویا کمک کنند که در آن بخش خصوصی تشویق به سرمایه‌گذاری و ارائه خدمات نوآورانه می‌شود (علی یاری و سواد، ۱۴۰۱). در این راستا می‌توان راهبردهایی نظیر فراهم کردن سود سرمایه‌گذار، توسعه بازاریابی، ایجاد سازوکار اقتصادی و ثبات و قدرت اقتصادی و پیامدهای حاصل از آن همگانی شدن ورزش، افزایش تعداد تماشاچیان، افزایش تعداد سرمایه‌گذاران، ایجاد ظرفیت‌ها و شاخص‌های اقتصادی و

شرایط مساعد ورزش کشور پیاده‌سازی کرد (امامی و همکاران، ۱۳۹۸).

از جمله ورزش‌هایی که از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند، فوتبال به‌عنوان یکی از پرتعدادترین و پردرآمدترین ورزش‌ها به شمار می‌آید که در اکثر کشورها به‌عنوان ورزش ملی محسوب می‌شود. با گذشت زمان، فوتبال از یک فعالیت ورزشی ساده به یک صنعت پرسود و بزرگ در سطح جهان تبدیل شده است (بوک^۱ و همکاران، ۲۰۲۳). فوتبال یک پدیده فرهنگی و اجتماعی است که می‌تواند بر جنبه‌های مختلف زندگی افراد تأثیر بگذارد؛ از این رو دارای اهمیت است (بساط شیر و همکاران، ۱۴۰۱). این صنعت دارای منابع مالی متنوعی است که از جمله آن‌ها می‌توان به حق پخش تلویزیونی، درآمد مسابقات، تبلیغات، حمایت‌های مالی و برندهای باشگاه‌ها اشاره کرد. برای تأمین مالی برنامه‌های مختلف و توسعه فوتبال، باشگاه‌ها سعی در جذب حامیان مالی دارند و از طریق ارائه فرصت‌های تبلیغاتی به شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران، منابع مالی لازم را تأمین می‌کنند (آنتونوویچ^۲ و همکاران، ۲۰۲۱).

در سال‌های اخیر، شاهد افزایش قابل توجهی در محبوبیت و توجه به فوتبال زنان در سطح جهانی بوده‌ایم. این امر منجر به افزایش مشارکت زنان در این ورزش، افزایش حمایت از سوی ارگان‌های حاکمیتی بین‌المللی و رشد فزاینده تحقیقات علمی در این زمینه شده است. با این حال، در مقایسه با حجم وسیع تحقیقات انجام شده در مورد فوتبال مردانه، پژوهش در حوزه فوتبال زنان هنوز در مراحل ابتدایی خود قرار دارد. این موضوع شکاف قابل توجهی در دانش ما ایجاد می‌کند و سؤالات مهمی راجع به ماهیت و پویایی‌های منحصربه‌فرد فوتبال زنان را بی‌پاسخ می‌گذارد (اوخوم کرگر^۳، ۲۰۲۲).

فوتبال بانوان به‌عنوان یکی از محبوب‌ترین و گسترده‌ترین ورزش‌های جهان، در سال‌های اخیر به شکل چشمگیری رشد و توسعه یافته است. این رشد همراه با توجه به جامعه‌شناسی و اقتصادی این ورزش، به‌ویژه در زمینه سرمایه‌گذاری، به‌عنوان یکی از مسائل مهم و تحت توجه محققان، مدیران و افراد مرتبط قرار گرفته است (کلارکسون^۴ و همکاران، ۲۰۲۲؛ لوپز-والنسیانو^۵، ۲۰۲۱).

1. Buck
2. Antunovic
3. Okholm Kryger
4. Clarkson
5. López-Valenciano

بحرانی قرار دارد و توسعه منابع انسانی مهم‌ترین راهبرد از نگاه صاحب‌نظران بود.

صادقی یزج و همکاران (۱۴۰۲)، پنج عامل کلیدی شامل تجاری‌سازی، کاهش هزینه‌های سلامت، ارتقای ورزش همگانی، ثبات مدیریتی، و ارتقای مهارت‌ها را شناسایی کردند. علی‌یاری و سوادی (۱۴۰۱)، تأکید داشتند که عوامل اقتصادی، مدیریتی، فرهنگی، حقوقی و ساختاری در سرمایه‌گذاری بخش خصوصی نقش دارند. امامی و همکاران (۱۳۹۸) به الگوی توسعه سرمایه‌گذاری در ورزش ایران پرداخته و بر اهمیت شرایط مناسب برای سرمایه‌گذاران و مشارکت مردم تأکید کردند.

صدقی و همکاران (۱۳۹۶)، موانع بانکی را در سرمایه‌گذاری خصوصی بررسی کردند و خسروی‌زاده و همکاران (۱۳۹۳)، موانع اقتصادی، اطلاعاتی و مدیریتی را شناسایی کردند.

لذا می‌توان گفت از آنجایی که سرمایه‌گذاری در ورزش مهم است، مدیران و مسئولان باید راهکارهای خود را برای حل مشکلات اجتماعی و شغلی جوانان برای سرمایه‌گذاری روی ورزشکاران انجام دهند (کریمی و همکاران، ۱۳۹۹).

این مقاله، با محوریت شناسایی عوامل مؤثر بر سرمایه‌گذاری در فوتبال بانوان، به بررسی عوامل مؤثر در توسعه این صنعت و نقش آن در اقتصاد و جامعه پرداخته و آثار مترتب بر جوامع محلی و جهانی را مورد تحلیل قرار می‌دهد. در این راستا، تحولات اخیر در حوزه فوتبال بانوان نشان‌دهنده افزایش توجه به این حوزه و نقش مهمی که زنان در آن ایفا می‌کنند، است. بازیکنان بانوان حرفه‌ای، به‌عنوان نمایندگانی از توانمندی و استعدادهای بانوان در ورزش، به‌طور مداوم توجه رسانه‌ها و مخاطبان را به خود جلب کرده و این ورزش را به‌عنوان یک فرصت برای توسعه و پیشرفت زنان ترویج می‌دهند. علاوه بر این، سرمایه‌گذاران و شرکت‌های تجاری نیز به‌تدریج به این بازار پررونق توجه بیشتری نشان می‌دهند و با ایجاد همکاری‌های مختلف، سعی در بهره‌برداری از این قدرت نیروی کار و مصرف‌کنندگان جدید دارند. اما با وجود این، پیشروی در این حوزه همراه با چالش‌های فراوانی نیز می‌باشد. از جمله این چالش‌ها می‌توان به مسائل مربوط به برابری جنسیتی، تبعیض و کمبود تسهیلات و حمایت‌های لازم برای توسعه و پیشرفت فوتبال بانوان اشاره کرد. از این‌رو، ارائه

یکی از مباحث مهم در فوتبال بانوان سرمایه‌گذاری است. سرمایه‌گذاری در صنعت ورزش در سال‌های اخیر به‌عنوان یک حوزه جذاب برای پژوهش و تحقیق مورد توجه قرار گرفته است (کریمی و همکاران، ۱۳۹۹). در این خصوص هوث^۱ (۲۰۲۰)، به بررسی عواملی که سرمایه‌گذاران را به سرمایه‌گذاری در ابزارهای مالی باشگاه‌های ورزشی، به‌ویژه باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای اروپا ترغیب می‌کند، پرداخته شده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که دل‌بستگی و احساسات به باشگاه، به‌عنوان عوامل اصلی، در تصمیم‌گیری برای سرمایه‌گذاری در این ابزارها اهمیت بالایی دارند. بر این اساس، سرمایه‌گذاران انتظار بازگشت احساسی از سرمایه‌گذاری‌های خود در این باشگاه‌ها دارند که آن را به‌عنوان جبران مالی می‌پذیرند.

نتایج مطالعه بوخولز و لوباتا^۲ (۲۰۱۷)، با عنوان «برجستگی ذی‌نفعان اقتصادی در باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای اروپا» نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاران اقتصادی ترجیح می‌دهند عملکرد ورزشی را بر عملکرد اقتصادی ترجیح دهند. سرمایه‌گذاری در استعداد بازیکنان با ریسک بالای عدم قطعیت نتیجه صورت می‌گیرد و سرمایه‌گذاران اقتصادی، نظارت کمتری بر اقدامات مدیران باشگاه‌ها دارند و به‌عنوان مکانیسم حاکمیت شرکتی عمل نمی‌کنند.

روده و برور^۳ (۲۰۱۵)، مقاله‌ای با عنوان «سرمایه‌گذاران باشگاه‌های فوتبال: بررسی تئوری و شواهد تجربی از فوتبال حرفه‌ای اروپا» انجام دادند. هدف این پژوهش تحلیل و بررسی رفتار سرمایه‌گذاران در باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای اروپا بود. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که انگیزه‌های سرمایه‌گذاران در فوتبال حرفه‌ای اروپا می‌تواند بسیار متنوع باشد و شامل اهداف مالی، احساسی، و اجتماعی باشد. در راستای سرمایه‌گذاری در ورزش تحقیقات مختلفی انجام شده است.

مهدوی خانقاه و همکاران (۱۴۰۲)، به شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر سرمایه‌گذاری در صنعت ورزش ایران پرداختند. نتایج نشان داد توسعه جامعه‌شناسی ورزش یکی از مهم‌ترین دلایل توسعه سرمایه‌گذاری در ورزش است و زیرساخت‌های سیاسی برای توسعه سرمایه‌گذاری در ورزش در وضعیت

1. Huth
2. Buchholz
3. Rohde & Breuer

بیشتری را به موارد قبلی اضافه کند و محقق شاهد الگوهای تکراری داده‌ها خواهد بود در این وضعیت نمونه-گیری خاتمه می‌یابد چراکه نمونه‌های بیشتر به بسط تحقیق و تبیین بیشتر آن کمکی نمی‌کنند. علاوه بر این، در این تحقیق جمع‌آوری اطلاعات به شکل کتابخانه‌ای و میدانی انجام گرفت. پس از تهیه راهنمای مصاحبه به نمونه آماری مراجعه شد و داده‌های موردنیاز با استفاده از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته جمع‌آوری شد.

در پژوهش حاضر جهت سنجش روایی از معیارهای درگیری طولانی‌مدت، مشاهده پایدار، بازرسی مجدد مسیر کسب اطلاعات، چک کردن، مثلث‌سازی، مقایسه مستمر استفاده شد. برای محاسبه پایایی با روش توافق درون موضوعی دو کدگذار، از یک متخصص مدیریت ورزشی که در مراحل انجام پژوهش حضور داشته و از آگاهی مناسبی در خصوص این پژوهش برخوردار بود، درخواست شد تا به‌عنوان همکار در کدگذاری تحقیق شرکت کند. آموزش‌ها و تکنیک‌های لازم جهت کدگذاری به همکار تحقیق انتقال داده شد. سپس محققان به همراه همکار، به‌عنوان نمونه دو مورد از مصاحبه‌ها را کدگذاری کرده و درصد توافق درون موضوعی محاسبه شد که با استفاده از فرمول زیر محاسبه شد:

$$\text{درصد توافق درون} = \frac{\text{تعداد توافقات}}{\text{تعداد کل کدها}} \times 100$$

یافته‌های پژوهش

در جدول زیر توصیف مختصری از ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌های پژوهش که در قالب سن، سطح تحصیلات، سابقه فعالیت و حوزه فعالیت آنان ارائه گردید.

جدول ۱. توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

شماره مصاحبه	تعداد کل کدها	کدهای مورد توافق	کدهای عدم توافق	درصد توافق
P2	۲۱	۱۰	۶	۰/۹۵
P5	۲۴	۱۱	۵	۰/۹۱
P11	۳۰	۱۳	۸	۰/۸۶
-	۷۵	۳۴	۱۹	۰/۹۰

انجام گرفته در این پژوهش معادل ۹۰ درصد است؛ لذا، با توجه به این که میزان پایایی بیشتر از ۶۰ درصد می‌باشد، قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تأیید بوده و می‌توان گفت که میزان پایایی تحلیل مصاحبه کنونی مناسب می‌باشد.

راهکارهای مناسب و سازنده به‌منظور ارتقای این صنعت و حفظ پایداری آن، امری ضروری و اساسی است. در این زمینه، مطالعات و پژوهش‌های علمی و تحلیلی می‌توانند به‌عنوان ابزاری مؤثر در درک عمیق‌تر از دینامیک‌ها و تأثیرات سرمایه‌گذاری در فوتبال بانوان عمل کرده و به تصمیم‌گیری‌های مؤثر در حوزه سیاست‌گذاری و مدیریت این صنعت کمک نمایند.

روش‌شناسی پژوهش

روش انجام این پژوهش کیفی است. راهبرد تحقیق در این مطالعه تحلیل داده‌بنیاد روش اشتراوس و کوربین بود. جامعه آماری شما شامل متخصصان و خبرگان با سابقه تدریس دانشگاهی، فعالان حوزه ورزش بانوان، متخصصان ترویج ورزش، صاحب‌نظران و صاحب‌منصبان ورزش، و سیاست‌گذاران و مشاوران ورزشی است. انتخاب این گروه‌ها به‌عنوان جامعه آماری نشان‌دهنده تلاش برای دربرگیری دیدگاه‌های مختلف از متخصصان علمی، عملی، و سیاست‌گذاری است. این رویکرد چندوجهی می‌تواند به ارائه نتایج جامع‌تر و دقیق‌تری کمک کند، زیرا هریک از این گروه‌ها می‌توانند دیدگاه‌ها و تجربیات متفاوتی را در ارتباط با موضوع مورد بررسی ارائه دهند. رشته تحصیلی و داشتن تألیفات علمی مرتبط با موضوع، دارا بودن سمت‌های مدیریتی و تجارب اجرایی در حوزه ورزش بانوان از جمله شاخص‌های انتخاب لیست اولیه صاحب‌نظران بود.

روش نمونه‌گیری به صورت نمونه‌گیری غیر احتمالی، با انتخاب هدفمند و با حداکثر تنوع استفاده شد. اندازه نمونه در این پژوهش بر مبنای شاخص اشباع نظری برابر با ۱۳ نفر بود. هنگامی که اشباع نظری رخ می‌دهد محقق نمی‌تواند اطلاعات

در جدول شماره ۱ مشاهده می‌شود، تعداد کل کدهای که به ثبت رسیده است در سه مصاحبه مورد بررسی معادل ۷۵ کد، تعداد کل توافقات بین کدها معادل ۳۴ می‌باشد. همچنین، پایایی بین کدگذاران برای مصاحبه‌های

یافته‌ها

عمیق با ۱۳ نفر انجام شد که مشخصات آن‌ها در جدول ۲

ارائه شده است:

همان‌طور که بیان شد نمونه آماری در پژوهش حاضر
نخبگان حوزه ورزش بانوان بودند. در مجموع مصاحبه‌های

جدول ۲. توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان

جنسیت	شغل	مدرک تحصیلی	رشته تحصیلی
زن	پژوهشگر حوزه ورزش بانوان - مربی فوتبال بانوان استان سیستان و بلوچستان	دکتری تخصصی	مدیریت ورزشی
مرد	هیئت علمی دانشگاه - پژوهشگر حوزه فوتبال ایران	دکتری تخصصی	مدیریت ورزشی
زن	هیئت علمی دانشگاه - پژوهشگر فوتبال بانوان ایران	دکتری تخصصی	مدیریت ورزشی
مرد	هیئت علمی دانشگاه - مربی فوتبال	دکتری تخصصی	مدیریت ورزشی
زن	هیئت علمی دانشگاه - پژوهشگر در حوزه فوتبال بانوان	دکتری تخصصی	مدیریت ورزشی
زن	هیئت علمی دانشگاه و مربی فوتبال دانشگاه	دکتری تخصصی	مدیریت ورزشی
مرد	هیئت علمی دانشگاه - مربی و پژوهشگر در حوزه فوتبال	دکتری تخصصی	مدیریت ورزشی
زن	مربی فوتبال بانوان - حضور در لیگ برتر فوتبال بانوان	دکتری تخصصی	مدیریت ورزشی
زن	مربی فوتبال بانوان - نایب رئیس هیئت فوتبال شهرستان زاهدان - حضور در لیگ برتر فوتبال	کارشناسی ارشد	مدیریت ورزشی
زن	مربی فوتبال بانوان	دکتری تخصصی	فیزیولوژی ورزشی
زن	مدیر ورزش بانوان شهرداری	دکتری تخصصی	مدیریت ورزشی
زن	پژوهشگر حوزه ورزش بانوان	دکتری تخصصی	مدیریت ورزشی
زن	پژوهشگر و مربی فوتبال بانوان	کارشناسی ارشد	مدیریت ورزشی

جدول ۳. عوامل مؤثر بر سرمایه‌گذاری در فوتبال بانوان ایران

کدهای باز	کدهای محوری	کدهای گزینشی	مقوله‌های اصلی
کسب سود از طریق افزایش درآمد، حق پخش تلویزیونی. کسب سود از فروش اقلام دارای نشان تجاری. افزایش ارزش باشگاه در طول زمان. جذب اسپانسرها و شرکای جدید. حمایت از تیم و بازیکنان مورد علاقه. مشارکت در ترویج برابری جنسیتی و توانمندسازی زنان. الهام‌بخش نسل‌های بعدی دختران برای دنبال کردن رویاهای خود. ایجاد فرصت‌های شغلی برای زنان در صنعت ورزش. مشارکت در توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه.	اهداف مالی	انگیزه‌های مشارکتی	عوامل علی
توسعه موفقیت تیم در مسابقات و لیگ‌ها. بهبود کیفیت بازی و جذابیت مسابقات. میزان تعداد و شور و اشتیاق هواداران. میزان تعهد و وفاداری هواداران به تیم. ثبات اقتصادی و رونق بازار. تمایل مردم به هزینه کردن برای سرگرمی. حمایت دولت و بخش خصوصی از ورزش.	ظرفیت‌های ورزشی	ظرفیت‌های فوتبالی	عوامل علی
	ظرفیت‌های اقتصادی		

ادامه جدول ۳. عوامل مؤثر بر سرمایه‌گذاری در فوتبال بانوان ایران

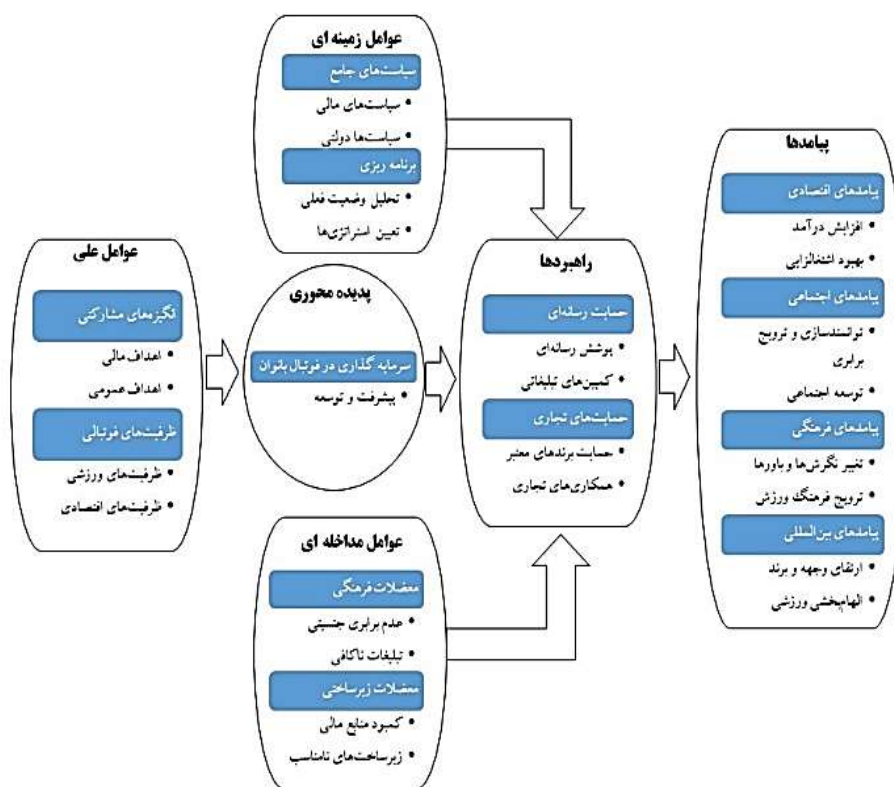
مقوله‌های اصلی	کدهای گزینشی	کدهای محوری	کدهای باز
عوامل زمینه‌ای	سیاست‌های جامع	سیاست‌های مالی	جذب سرمایه‌گذاری‌های خصوصی و اسپانسرینگ. تأمین هزینه‌های تیم‌ها و برگزاری مسابقات. ایجاد صندوق‌های حمایتی برای ورزشکاران جوان.
		سیاست‌ها دولتی	تسهیل دسترسی به امکانات ورزشی. ارائه تسهیلات مالیاتی به حامیان و سرمایه‌گذاران. تضمین حقوق برابر برای ورزشکاران زن.
		تحلیل وضعیت فعلی	بررسی وضعیت زیرساخت‌های ورزشی برای بانوان. تجزیه و تحلیل سیاست‌های دولتی مرتبط با فوتبال بانوان. ارزیابی منابع مالی و حمایت‌های موجود برای سرمایه‌گذاری.
	برنامه‌ریزی	تعیین استراتژی‌ها	برنامه‌های تشویقی برای انگیزه‌بخشی به حمایت‌های مالی از فوتبال بانوان. افزایش سطح رقابت و جذابیت لیگ‌های فوتبال بانوان. توسعه بودجه‌ها و منابع مالی تیم‌های فوتبال بانوان.
		پیشرفت و توسعه	برگزاری مسابقات فصلی و جام ملی بانوان با حضور تعداد بیشتری از تیم‌ها. جذب سرمایه‌گذاری‌های خصوصی و اسپانسرینگ برای تأمین هزینه‌های تیم‌ها افزایش حجم حمایت‌های مالی از سوی انجمن‌ها و بخش خصوصی ایجاد برنامه‌های رشد و توانمندسازی و توسعه استعدادهای نوپا در فوتبال بانوان.
		پوشش رسانه‌ای	پخش زنده مسابقات، گزارش‌های خبری، و برنامه‌های ویژه در تلویزیون و رادیو تولید مستندها چندرسانه‌ای درباره داستان‌های موفقیت تیم‌ها و بازیکنان بهره‌برداری از شبکه‌های اجتماعی برای ترویج و تبلیغ فوتبال بانوان
راهبردها	حمایت رسانه‌ای	کمپین‌های تبلیغاتی	راه‌اندازی کمپین‌های تبلیغاتی برای معرفی و ترویج فوتبال بانوان تشویق افراد به حضور فعال در حمایت از تیم‌ها و بازیکنان فوتبال بانوان. ایجاد تغییرات مثبت در نگرش عمومی نسبت به نقش فوتبال بانوان. تقویت هویت و شناخت افراد نسبت به فوتبال بانوان به واسطه کمپین‌ها. تأثیرگذاری کمپین‌ها در افزایش افتخار و اراده به پیوستن فوتبال بانوان.
		حمایت برندهای معتبر	تمرکز برندهای معتبر و اسپانسرهای بین‌المللی برای حمایت از فوتبال بانوان تأثیر برندهای معتبر برای استقرار برند و شناخته‌شدگی تیم‌ها و بازیکنان فوتبال. سازماندهی فعالیتهای اجتماعی و فرهنگی فوتبال بانوان از طریق برندهای معتبر
	حمایت‌های تجاری	همکاری‌های تجاری	همکاری تجاری در تأمین منابع مالی لازم برای توسعه زیرساخت‌های ورزشی همکاری برندهای تجاری در توسعه استعدادهای ورزشی فوتبال بانوان. توسعه بازار با ورود و همکاری برندهای تجاری به عرصه فوتبال بانوان.
		عدم برابری جنسیتی	عدم تساوی در دستمزدها و پاداش‌های مالی بین ورزشکاران مرد و زن. محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی که مشارکت زنان در ورزش را کاهش می‌دهد. کمبود نقش‌های مدیریتی و رهبری برای زنان در سازمان‌های ورزشی. تبعیض و پیش‌داوری‌های موجود در انتخاب و توسعه ورزشکاران زن نسبت به مردان.
عوامل مداخله‌گر	معضلات فرهنگی	تبلیغات ناکافی	پوشش محدود رسانه‌ای از مسابقات و رویدادهای فوتبال بانوان. نبود تبلیغات و بازاریابی مؤثر برای جذب تماشاگران و حامیان فوتبال بانوان. عدم استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی برای ترویج فوتبال بانوان. کمبود تحلیل‌ها و گزارش‌های تخصصی درباره فوتبال بانوان در رسانه‌های ورزشی.
		کمبود منابع مالی	نبود حمایت‌های مالی کافی از سوی دولت‌ها و نهادهای ورزشی. دشواری در جذب اسپانسرهای تجاری و برندهای معتبر برای حمایت مالی. محدودیت در دسترسی به پاداش‌های مالی بزرگ در مسابقات و لیگ‌های زنان.

ادامه جدول ۳. عوامل مؤثر بر سرمایه‌گذاری در فوتبال بانوان ایران

مقوله‌های اصلی	کدهای گزینشی	کدهای محوری	کدهای باز
عوامل مداخله‌گر	معضلات زیرساختی	زیرساخت‌های نامناسب	فقدان سرمایه‌گذاری تجهیزات ورزشی پیشرفته برای تیم‌ها و بازیکنان زن. نبود برنامه‌های آموزشی و توسعه‌ای برای مربیان و کادر فنی در فوتبال بانوان. کمبود برنامه‌های توسعه‌ای برای جذب و پرورش استعدادهای جوان در فوتبال بانوان
			افزایش درآمد از فروش محصولات مرتبط با تیم‌های فوتبال بانوان. افزایش درآمدهای اسپانسر از جذب برندها و شرکت‌های تجاری برای حمایت مالی درآمدزایی بیشتر از افزایش تعداد و مقیاس رویدادها و تورنمنت‌های فوتبال بانوان ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در زمینه‌های مختلف مانند مربیگری، داوری، و... بهبود فرصت شغلی برای افراد و کسب‌وکارها در اثر برگزاری رویدادهای ورزشی رونق صنعت گردشگری ورزشی و جذب گردشگران جدید.
			توانمندسازی و ترویج برابری
پیامدهای اقتصادی	پیامدهای اجتماعی	توسعه اجتماعی	ایجاد حس تعلق خاطر و هویت مشترک در بین مردم تقویت روحیه همبستگی و ارتقای کیفیت زندگی و رفاه اجتماعی. همکاری در جامعه مشارکت فعال‌تر زنان در فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی ایجاد الگوهای الهام‌بخش جوانان و سایر اعضای جامعه برای مشارکت فعال‌تر.
			تغییر نگرش‌ها و باورها
			ترویج فرهنگ ورزش
پیامدها	پیامدهای فرهنگی	پیامدهای بین‌المللی	معرفی کشور به‌عنوان کشوری پیشرو در زمینه برابری جنسیتی و ورزش بانوان جذب سرمایه‌گذاری خارجی و افزایش فرصت‌های گردشگری ورزشی تقویت روابط فرهنگی و دیپلماتیک با سایر کشورها. تشویق سایر کشورها به سرمایه‌گذاری در فوتبال بانوان و ورزش بانوان ترویج بهترین تجربیات در زمینه توسعه ورزش بانوان کمک به ایجاد جهانی عادلانه‌تر و برابرتر برای زنان و دختران.

و عوامل مداخله‌گر (معضلات فرهنگی و زیرساختی) همگی نقش مهمی در سرمایه‌گذاری در فوتبال بانوان ایفا می‌کنند. در نهایت پیامدها شامل (پیامدهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و بین‌المللی) بودند.

براساس یافته‌های پژوهش عوامل علی (انگیزه‌های مشارکتی و اهداف)، عوامل زمینه‌ای (سیاست‌ها و برنامه‌ریزی)، پدیده محوری (سرمایه‌گذاری در فوتبال بانوان)، راهبردها (حمایت رسانه‌ای و حمایت‌های تجاری)،



شکل ۱. مدل سرمایه‌گذاری در فوتبال بانوان ایران

ورزش، و ارتقای وجهه بین‌المللی ایران در عرصه ورزش بانوان می‌گردد. این الگوی پارادایمی می‌تواند به‌عنوان یک چارچوب مرجع برای تصمیم‌گیری‌های استراتژیک و عملیاتی در سطوح مختلف مدیریت ورزشی به کار رود و به پیشرفت و توسعه پایدار فوتبال بانوان در ایران کمک کند.

انگیزه‌های مشارکتی و اهداف، به‌عنوان عوامل علی مهم، تعیین‌کننده‌های مشارکت و سرمایه‌گذاری در فوتبال بانوان هستند. اهداف مالی و عمومی نیز تأثیرگذاری بر سرمایه‌گذاری دارند. این یافته‌ها با نتایج روهده و برور (۲۰۱۵)، امامی و همکاران (۱۳۹۸) همسو است. انگیزه‌های مشارکتی در سرمایه‌گذاری فوتبال بانوان، که شامل اهداف مالی و عمومی می‌شوند، نقش کلیدی در توسعه و پیشرفت این حوزه دارند. اهداف مالی مانند کسب سود از طریق افزایش درآمد بلیت، فروش اقلام دارای نشان تجاری، افزایش ارزش باشگاه در طول زمان، و

بحث و نتیجه‌گیری

این تحقیق با هدف طراحی الگوی پارادایمی سرمایه‌گذاری در فوتبال بانوان ایران انجام شد. در جمع‌بندی تحقیق با عنوان طراحی الگوی پارادایمی سرمایه‌گذاری در فوتبال بانوان ایران، می‌توان گفت که عوامل متعددی بر سرمایه‌گذاری در این حوزه تأثیرگذار هستند. این عوامل شامل انگیزه‌های مشارکتی، اهداف مالی و عمومی، سیاست‌های جامع و مالی، برنامه‌ریزی‌های دقیق، و حمایت‌های رسانه‌ای و تجاری می‌باشند. همچنین، معضلات فرهنگی و زیرساختی به‌عنوان عوامل مداخله‌گر، نیازمند توجه و راهبردهای مؤثر برای رفع چالش‌ها هستند. سرمایه‌گذاری موفق در فوتبال بانوان می‌تواند منجر به پیامدهای مثبت اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و بین‌المللی شود که شامل افزایش درآمد، توانمندسازی زنان، تغییر نگرش‌ها و ترویج فرهنگ

پرشور نه تنها فضایی پرانرژی در ورزشگاه‌ها ایجاد می‌کنند بلکه می‌توانند به عنوان منبع درآمد از طریق خرید بلیت و کالاهای تجاری مرتبط با تیم عمل کنند. وفاداری هواداران به تیم می‌تواند به عنوان یک دارایی طولانی مدت برای باشگاه‌ها در نظر گرفته شود که به جذب سرمایه‌گذاری‌های بیشتر کمک می‌کند. علاوه بر مطالب ذکر شده یک اقتصاد پایدار و رو به رشد، زمینه‌های لازم برای سرمایه‌گذاری‌های موفق را فراهم می‌آورد. بازارهای رونق یافته می‌توانند فرصت‌های بیشتری برای کسب درآمد از طریق فوتبال بانوان ایجاد کنند. تمایل به خرج کردن پول برای سرگرمی‌ها، به ویژه در حوزه ورزش، می‌تواند به عنوان یک نشانه مثبت برای سرمایه‌گذاران عمل کند. حمایت‌های مالی و سیاستی از سوی دولت و بخش خصوصی می‌تواند به تقویت زیرساخت‌ها و افزایش سرمایه‌گذاری در فوتبال بانوان کمک کند. این ظرفیت‌ها، هم در سطح ملی و هم در سطح باشگاهی، می‌توانند به عنوان محرک‌هایی برای جذب سرمایه‌گذاری و توسعه فوتبال بانوان عمل کنند و به ایجاد یک چرخه مثبت از موفقیت و پیشرفت منجر شوند.

سیاست‌ها، برنامه‌ریزی، و تحلیل وضعیت فعلی نقش مهمی در توسعه فوتبال بانوان دارند. سیاست‌های مالی و دولتی نیز تأثیرگذاری بر سرمایه‌گذاری دارند. بر اساس نتایج علی یاری و سوادی (۱۴۰۱)، نیز عوامل اقتصادی، عوامل مدیریتی، عوامل فرهنگی، عوامل حقوقی و قانونی و عوامل ساختاری در سرمایه‌گذاری و مشارکت بخش خصوصی در رویدادهای ورزشی مؤثر است. سرمایه‌گذاری در فوتبال بانوان نیازمند درک عمیقی از عوامل زمینه‌ای است که می‌توانند به طور مستقیم یا غیرمستقیم بر این حوزه تأثیر بگذارند. این عوامل شامل سیاست‌های جامع و مالی، سیاست‌های دولتی، برنامه‌ریزی‌ها و استراتژی‌های مختلف است که هر کدام به نوبه خود می‌توانند به تقویت یا تضعیف پتانسیل سرمایه‌گذاری در این بخش کمک کنند. سیاست‌های جامع و مالی می‌توانند به جذب سرمایه‌گذاری‌های خصوصی و اسپانسرینگ کمک کنند. این سیاست‌ها شامل تأمین هزینه‌های تیم‌ها و برگزاری مسابقات و ایجاد صندوق‌های حمایتی برای ورزشکاران جوان می‌شوند. این اقدامات می‌توانند به ایجاد یک محیط

جذب اسپانسرها و شرکای جدید، محرک‌های اقتصادی قدرتمندی برای سرمایه‌گذاران هستند. این اهداف به طور مستقیم بر روی سودآوری و پایداری مالی باشگاه‌ها تأثیر می‌گذارند و انگیزه‌ای برای سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت ایجاد می‌کنند.

بوخولز و لوپاتا (۲۰۱۷)، معتقدند که سرمایه‌گذاران اقتصادی ترجیح می‌دهند عملکرد ورزشی را بر عملکرد اقتصادی ترجیح دهند. از سوی دیگر، اهداف عمومی مانند حمایت از تیم و بازیکنان مورد علاقه، مشارکت در ترویج برابری جنسیتی و توانمندسازی زنان، الهام‌بخشی به نسل‌های بعدی دختران برای دنبال کردن رؤیاهای خود، ایجاد فرصت‌های شغلی برای زنان در صنعت ورزش، و مشارکت در توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه، ابعاد اجتماعی و فرهنگی سرمایه‌گذاری را نشان می‌دهند. دل‌بستگی و احساسات به باشگاه، به عنوان عوامل اصلی، در تصمیم‌گیری برای سرمایه‌گذاری در این ابزارها اهمیت بالایی دارند. بر این اساس، سرمایه‌گذاران انتظار بازگشت احساسی از سرمایه‌گذاری‌های خود در این باشگاه‌ها دارند که آن را به عنوان جبران مالی می‌پذیرند (هو، ۲۰۱۹). این اهداف به تقویت جایگاه ورزش بانوان در جامعه کمک می‌کنند و می‌توانند به عنوان محرک‌هایی برای جلب حمایت عمومی و افزایش مشارکت جامعه در ورزش بانوان عمل کنند. در نهایت، ترکیبی از این انگیزه‌های مالی و عمومی می‌تواند به ایجاد یک محیط سرمایه‌گذاری متوازن و پایدار منجر شود که نه تنها به سودآوری اقتصادی کمک می‌کند بلکه به ترویج ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی نیز می‌پردازد. ظرفیت‌های فوتبالی و اقتصادی، دو بعد مهم در توسعه و پیشرفت فوتبال بانوان هستند که به طور مستقیم بر سرمایه‌گذاری در این حوزه تأثیر می‌گذارند. موفقیت تیم در مسابقات و لیگ‌ها: موفقیت‌های ورزشی به عنوان یک شاخص کلیدی برای جذب سرمایه‌گذاری است. تیم‌هایی که به طور مداوم عملکرد خوبی دارند، می‌توانند توجه بیشتری از سرمایه‌گذاران و اسپانسرها جلب کنند. همچنین بازی‌های با کیفیت و جذاب، تماشاگران بیشتری را به ورزشگاه‌ها و پخش تلویزیونی جذب می‌کنند، که این امر می‌تواند منجر به افزایش درآمدهای حاصل از بلیت و حق پخش شود. تعداد و شور و اشتیاق هواداران: هواداران

مالی پایدار برای فوتبال بانوان منجر شوند که در آن سرمایه‌گذاران احساس اطمینان بیشتری برای سرمایه‌گذاری داشته باشند. سیاست‌های دولتی می‌توانند نقش مهمی در تسهیل دسترسی به امکانات ورزشی، ارائه تسهیلات مالیاتی به حامیان و سرمایه‌گذاران، و تضمین حقوق برابر برای ورزشکاران زن داشته باشند. این سیاست‌ها می‌توانند به تقویت زیرساخت‌های لازم برای رشد و توسعه فوتبال بانوان کمک کنند و همچنین می‌توانند به عنوان انگیزه‌ای برای جذب سرمایه‌گذاری‌های بیشتر عمل کنند. این یافته‌ها با نتایج ریکه (۲۰۲۱)، همسو است.

برنامه‌ریزی دقیق و تحلیل وضعیت فعلی زیرساخت‌های ورزشی برای بانوان و سیاست‌های دولتی مرتبط با فوتبال بانوان می‌تواند به ارزیابی منابع مالی و حمایت‌های موجود برای سرمایه‌گذاری کمک کنند. این ارزیابی‌ها می‌تواند به شناسایی فرصت‌ها و چالش‌های موجود کمک کند و به تعیین استراتژی‌های مؤثر برای آینده منجر شوند. تعیین استراتژی‌هایی مانند برنامه‌های تشویقی برای انگیزه‌بخشی به حمایت‌های مالی از فوتبال بانوان، افزایش سطح رقابت و جذابیت لیگ‌های فوتبال بانوان، و توسعه بودجه‌ها و منابع مالی تیم‌های فوتبال بانوان می‌تواند به تقویت بخش ورزش بانوان کمک کند. این استراتژی‌ها می‌تواند به ایجاد یک محیط رقابتی سالم و جذاب کمک کند که نه تنها برای بازیکنان بلکه برای تماشاگران و سرمایه‌گذاران نیز جذاب باشد. در مجموع، این عوامل زمینه‌ای می‌تواند به ایجاد یک چارچوب مستحکم برای سرمایه‌گذاری در فوتبال بانوان کمک کند و به توسعه پایدار این حوزه در ایران منجر شوند. این توسعه نه تنها می‌تواند به پیشرفت ورزش بانوان کمک کند بلکه می‌تواند به تقویت جایگاه زنان در جامعه و افزایش مشارکت آن‌ها در فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی نیز منجر شود.

معضلات فرهنگی و زیرساختی، به عنوان عوامل مداخله‌گر، نقش مهمی در سرمایه‌گذاری دارند. عدم برابری جنسیتی و کمبود منابع مالی از جمله معضلات زیرساختی هستند. عوامل مداخله‌گر در سرمایه‌گذاری فوتبال بانوان متعدد و چندوجهی هستند و شامل موارد

فرهنگی، اقتصادی و ساختاری می‌شوند که می‌توانند بر جذب و حفظ سرمایه‌گذاری‌ها تأثیر بگذارند. این یافته‌ها با نتایج صدقی و همکاران (۱۳۹۶)، خسروی زاده و همکاران (۱۳۹۳) همسو هستند. در اینجا به برخی از این عوامل و راه‌های مقابله با آن‌ها می‌پردازیم: بخشی از مداخله‌گرها مربوط به معضلات فرهنگی و عدم برابری جنسیتی است. عدم تساوی در دستمزدها و پاداش‌های مالی بین ورزشکاران مرد و زن نشان‌دهنده یکی از موانع بزرگ در راه توسعه فوتبال بانوان است. برای مقابله با این مشکل، نیاز به ایجاد آگاهی و فرهنگ‌سازی در جامعه و تلاش برای اصلاح قوانین و مقررات مرتبط با حقوق ورزشکاران زن است. از سوی دیگر تبلیغات ناکافی و پوشش محدود رسانه‌ای بر سرمایه‌گذاری در فوتبال بانوان تأثیر دارد (جاکوبز، ۲۰۱۴). پوشش محدود رسانه‌ای و نبود تبلیغات و بازاریابی مؤثر برای جذب تماشاگران و حامیان فوتبال بانوان می‌تواند مانع از دیده شدن و شناخته شدن این ورزش شود. استفاده بهتر از پلتفرم‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی و تولید محتوای جذاب و تخصصی می‌تواند در این زمینه مؤثر باشد. علاوه بر این موارد، معضلات زیرساختی و کمبود منابع مالی را نمی‌شود نادیده گرفت. نبود حمایت‌های مالی کافی از سوی دولت‌ها و نهادهای ورزشی و دشواری در جذب اسپانسرهای تجاری و برندهای معتبر برای حمایت مالی، چالش‌های اساسی در توسعه فوتبال بانوان هستند. برای رفع این مشکلات، می‌توان از روش‌های نوین تأمین مالی مانند کراذ فاندینگ و همچنین ایجاد انگیزه‌های مالیاتی برای سرمایه‌گذاران استفاده کرد. در نهایت زیرساخت‌های نامناسب چالش دیگری است که باید رفع گردد. فقدان سرمایه‌گذاری در تجهیزات ورزشی پیشرفته و نبود برنامه‌های آموزشی و توسعه‌ای برای مربیان و کادر فنی در فوتبال بانوان می‌تواند بر کیفیت ورزش تأثیر منفی بگذارد. توسعه زیرساخت‌های ورزشی و ارائه دوره‌های تخصصی برای ارتقای دانش و مهارت‌های مربیان و بازیکنان ضروری است. به طور کلی، برای رفع این موانع و توسعه سرمایه‌گذاری در فوتبال بانوان، نیاز به یک رویکرد چندبعدی است که شامل تغییرات فرهنگی، اصلاحات قانونی، افزایش دسترسی به منابع مالی و بهبود زیرساخت‌های ورزشی می‌شود. همکاری بین

دولت‌ها، نهادهای ورزشی، سرمایه‌گذاران خصوصی و جامعه مدنی می‌تواند در این زمینه کمک‌کننده باشد.

سرمایه‌گذاری در فوتبال بانوان، به‌عنوان پدیده محوری، می‌تواند به پیشرفت و توسعه این رشته ورزشی کمک کند. سرمایه‌گذاری در فوتبال بانوان می‌تواند تأثیرات مثبتی بر پیشرفت و توسعه این رشته داشته باشد (کویور و موهر، ۲۰۲۲). برگزاری مسابقات فصلی و جام ملی با حضور تیم‌های بیشتر، فرصت‌هایی برای نمایش استعدادها و جذب توجه عمومی و سرمایه‌گذاران فراهم می‌کند. جذب سرمایه‌گذاری‌های خصوصی و اسپانسرینگ می‌تواند منابع مالی لازم برای تیم‌ها را تأمین کند و به افزایش کیفیت برگزاری مسابقات و تجهیزات کمک کند (پوپ و همکاران، ۲۰۲۲). افزایش حمایت‌های مالی از سوی انجمن‌ها و بخش خصوصی نیز می‌تواند به توسعه زیرساخت‌ها و امکانات ورزشی کمک کند. ایجاد برنامه‌های رشد و توانمندسازی برای استعدادهای نوپا در فوتبال بانوان، می‌تواند به شکل‌گیری نسل جدیدی از بازیکنان حرفه‌ای و افزایش سطح رقابت‌ها منجر شود. بر اساس گزارش‌ها، جام جهانی زنان اخیراً شاهد افزایش قابل‌توجهی در تعداد تماشاگران و درآمدزایی بوده است. این نشان‌دهنده پتانسیل بالای فوتبال بانوان برای جذب سرمایه‌گذاری و توجه بیشتر است (اچیو و همکاران، ۲۰۲۲). همچنین، توسعه سرمایه‌گذاری حامیان مالی می‌تواند به افزایش گردش مالی و درآمدزایی در لیگ‌های فوتبال کمک کند. از طریق برنامه‌ریزی استراتژیک و جذب سرمایه‌گذاری‌های مؤثر، می‌توانید به ارتقای سطح این ورزش و ایجاد فرصت‌های بیشتر برای زنان در عرصه فوتبال کمک کنید. حمایت رسانه‌ای و حمایت‌های تجاری، به‌عنوان راهبردها، می‌تواند باعث افزایش درآمد و بهبود اشتغال‌زایی شوند. این یافته‌ها با نتایج صادقی یزج و همکاران (۱۴۰۲) همسو است.

حمایت رسانه‌ای و پوشش گسترده می‌تواند نقش مهمی در ترویج و توسعه فوتبال بانوان داشته باشد. پخش زنده مسابقات، گزارش‌های خبری و برنامه‌های ویژه در تلویزیون و رادیو به افزایش دیده شدن این ورزش کمک می‌کند و می‌تواند منجر به جذب تماشاگران و حامیان بیشتری شود. این نوع پوشش رسانه‌ای همچنین می‌تواند به افزایش آگاهی و درک عمومی از فوتبال بانوان کمک کند (کالیسر،

۲۰۲۲). تولید مستندهای چندرسانه‌ای درباره داستان‌های موفقیت تیم‌ها و بازیکنان فوتبال بانوان می‌تواند به ایجاد الهام و انگیزه در میان جوانان و جامعه ورزشی کمک کند. این داستان‌ها نه تنها می‌توانند به‌عنوان ابزاری برای آموزش و پرورش استعدادها استفاده شوند، بلکه می‌توانند به تقویت هویت و شناخت فوتبال بانوان نیز کمک کنند. استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای ترویج و تبلیغ فوتبال بانوان یک استراتژی مؤثر است. شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به‌عنوان پلتفرم‌هایی برای اشتراک‌گذاری اخبار، نتایج مسابقات، و داستان‌های بازیکنان عمل کنند و به ایجاد یک جامعه متحد و حمایت‌کننده از فوتبال بانوان کمک کنند.

راهاندازی کمپین‌های تبلیغاتی می‌تواند به ایجاد تغییرات مثبت در نگرش عمومی نسبت به نقش فوتبال بانوان کمک کند (انتیونوویک و همکاران، ۲۰۲۱). این کمپین‌ها می‌توانند تشویق‌کننده باشند و افراد را به حضور فعال در حمایت از تیم‌ها و بازیکنان فوتبال بانوان ترغیب کنند. همچنین، می‌تواند به افزایش افتخار و اراده برای پیوستن به فوتبال بانوان کمک کند.

حمایت جاری از برندهای معتبر و اسپانسرهای بین‌المللی می‌تواند به توسعه فوتبال - بانوان کمک کند. این برندها می‌توانند به استقرار برند و شناخته‌شدگی تیم‌ها و بازیکنان کمک کنند و همچنین می‌توانند در سازمان‌دهی فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی مؤثر باشند. همکاری‌های تجاری در تأمین منابع مالی لازم برای توسعه زیرساخت‌های ورزشی و توسعه استعدادهای ورزشی فوتبال بانوان نقش کلیدی دارند و می‌تواند به توسعه بازار فوتبال بانوان کمک کند.

پیامدهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، و بین‌المللی نیز تأثیرگذاری بر سرمایه‌گذاری در فوتبال بانوان دارند. در این زمینه مهدوی خانقاه و همکاران (۱۴۰۲) معتقدند که توسعه جامعه‌شناسی ورزش یکی از مهم‌ترین دلایل توسعه سرمایه‌گذاری در ورزش است. همچنین این یافته‌ها با نتایج صادقی یزج و همکاران (۱۴۰۲) و امامی و همکاران (۱۴۰۱) و کشاورز و همکاران (۱۳۹۵) همسو است. افزایش درآمد، توانمندسازی و ترویج برابری، تغییر نگرش‌ها و باورها، و الهام‌بخشی ورزشی از جمله پیامدها هستند. پیامدهای اقتصادی به این مطلب اشاره دارد که سرمایه‌گذاری در

فوتبال بانوان می‌تواند منجر به افزایش درآمد از طریق فروش محصولات مرتبط با تیم‌ها، جذب اسپانسرها و برگزاری رویدادهای بزرگ‌تر شود. این افزایش درآمد نه تنها به تیم‌ها و بازیکنان کمک می‌کند بلکه می‌تواند به اقتصاد محلی نیز سود برساند. ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در زمینه‌هایی مانند مربیگری، دآوری و سایر حوزه‌های مرتبط با ورزش، بهبود فرصت‌های شغلی برای افراد و کسب‌وکارها و رونق صنعت گردشگری ورزشی از دیگر پیامدهای مهم اقتصادی است. توانمندسازی و ترویج برابری، افزایش اعتماد به نفس و عزت نفس زنان و دختران، ایجاد فرصت‌های رهبری و الگوسازی برای دختران، به چالش کشیدن کلیشه‌های جنسیتی و افزایش آگاهی از حقوق و فرصت‌های برابر زنان از جمله پیامدهای اجتماعی هستند که می‌توانند به ترویج فرهنگ احترام و برابری در جامعه کمک کنند. توانمندسازی زنان و ترویج برابری جنسیتی گام‌های مهمی در جهت پرورش فرهنگ احترام و برابری در جامعه است. با افزایش اعتماد به نفس و عزت نفس زنان، ارائه فرصت‌های رهبری و الگوبرداری، به چالش کشیدن کلیشه‌های جنسیتی، و افزایش آگاهی در مورد حقوق و فرصت‌های برابر زنان، می‌توان به پیامدهای اجتماعی قابل توجهی دست یافت.

تغییر نگرش‌ها و باورها نسبت به فوتبال بانوان، افزایش ارزش و احترام به فوتبالیست‌های زن، و آموزش و ترویج مفاهیم برابری جنسیتی، نه تنها باعث کاهش کلیشه‌های منفی و محدودکننده می‌شود، بلکه به ارتقای پوشش رسانه‌ای و تبلیغات مثبت از موفقیت‌ها و دستاوردهای ورزشی بانوان نیز منجر می‌شود. این اقدامات، به‌ویژه در

سپاسگزاری

نویسندگان مقاله بر خود لازم می‌دانند از کلیه افرادی که در انجام پژوهش، محققان را همراهی کرده‌اند، تشکر و قدردانی نماید.

References

- Ali Yari, M., & Sawadi, M. (2022). Developing a private sector investment model with an emphasis on major sports events. *Sport Management and Development*, 11(4), 100-110. (In Persian). <https://doi.org/jsmid.2023.6702/10.22124>
- Achu, F. N., Lekgau, R. J., & Bob, U. (2022). Perceptions of the socioeconomic impacts of a women's major sporting event in Africa. *Tourism Review International*. <https://doi.org/10.3727/154427221x162456324119083>
- Antunovic, D., Taylor, K. H., Watt, M., & Linden, A. D. (2021). 'Getting Noticed, Respected, and Supported': Mediated (In)Visibilities of Women's American Football in the United States. In A. Bowes & A. Culvin (Eds.), *The Professionalisation of Women's Sport* (pp. 123-139). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-80043-196-620211008>
- Buchholz, F., & Lopatta, K. (2017). Stakeholder salience of economic investors on professional football clubs in Europe. *European Sport Management Quarterly*, 17(4), 506-530.

- <https://doi.org/10.1080/16184742.2017.1288824>
- Buck, C., & Ifland, S. (2023). Toward an enduring football economy: a business model taxonomy for Europe's professional football clubs. *European Sport Management Quarterly*, 23(5), 1409-1429. <https://doi.org/10.1080/16184742.2022.2071767>
- Basat Shir, H., Salehipour, M., & Karimi, J. (2022). Designing a personal development model for Iranian football coaches. *Human Resource Management in Sports*, 10(1), 61-77. (In Persian). <https://doi.org/10.22044/shm.2022.12221.2491>
- Çalisir, O. (2022). Media coverage and public opinion of hosting a women's football mega-event: the English bid for UEFA Women's Euro 2022. *Sport in Society*, 1-12. <https://doi.org/10.1080/17430437.2022.2062724>
- Chen, Y., Dietl, H. M., Orlowski, J., & Zheng, F. (2019). The effect of investment in European football on the market value of Chinese corporations. *International Journal of Sport Finance*, 14(4), 249-261. <https://doi.org/10.32731/IJSF/144.112019.05>
- Clarkson, B. G., Culvin, A., Pope, S., & Parry, K. D. (2022). Covid-19: Reflections on threat and uncertainty for the future of elite women's football in England. *Managing Sport and Leisure*, 27(1-2), 50-61. <https://doi.org/10.1080/23750472.2021.1877056>
- Emami, A., Emami, F., & Afshari, M. (2019). Paradigm model of investment development in sports. *Sports Management Journal*, 12(3), 759-788. (In Persian). <https://doi.org/10.22059/jsm.2019.287740.231>
- Emami, A., Emami, F., & Afshari, M. (2022). The effects of investment development on the economic empowerment of Iran's sports industry. *Strategic Studies of Sport and Youth*, 21(56), 229-254. (In Persian). <https://doi.org/10.22034/ssys.2022.1522.2113>
- Elshaer, I. A. (2023). Investment in the sports industry in Saudi Arabia and its impact on the quality of life of football fans. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(12), e2236. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i12.2236>
- Jacobs, J. C. (2014). Programme-level determinants of women's international football performance. *European Sport Management Quarterly*, 14(5), 521-537. <https://doi.org/10.1080/16184742.2014.945189>
- Huth, C. (2020). Who invests in financial instruments of sport clubs? An empirical analysis of actual and potential individual investors of professional European football clubs. *European Sport Management Quarterly*, 20(4), 500-519. <https://doi.org/10.1080/16184742.2019.1674864>
- Kaur, M., & Vohra, T. (2016). Investment preferences of women: A comparative study of women stock and non stock investors. *Management Dynamics*, 16(1), 50-59. <https://doi.org/10.57198/2583-4932.10741>
- Keshavarz, L., Farahani, A., Moosavi Jahromi, Y., & Faraziani, F. (2017). A Model of Attracting Factors of Private Sector Investment in Iran's championship sport. *Journal of Sport Management and Development*, 5(2), 195-211. (In Persian)
- Khosrovizadeh, E., Bahrami, A., & Haqdad, A. (2013). Barriers to investment and participation of the private sector in sports in Central Province. *Sports Management Studies*, 6(24), 207-222. (In Persian). https://smrj.ssrc.ac.ir/article_150.html
- Karimi, J., Soltanian, L., & Bejani, A. (2019). Designing the development model of sports adventure tourism based on the theory of data base. *Sports Management Studies*, 12(60), 61-82. (In Persian). <https://doi.org/10.22089/smrj.2019.6327.2288>
- Karimi, J., Soltanian, L., & Mousavi Nasab, F. (2019). A qualitative study of the consequences of social entrepreneurship in sports. *Applied Research of Sports Management*, 9(3), 109-119. (In Persian). Doi: [10.30473/ARSM.2021.7611](https://doi.org/10.30473/ARSM.2021.7611)
- Kalate Sifri, M., Gray, Sh., & Razavi, S. M. H. (2022). Development of sponsors' investment in Iran's premier football league with emphasis on the presence of female spectators. *Management and Entrepreneurship in Sports*, 1(1), 97-115.

- (In Persian). Doi: [10.48301/jmes.2023.170880](https://doi.org/10.48301/jmes.2023.170880)
- López-Valenciano, A., Raya-González, J., García-Gómez, J. A., Aparicio-Sarmiento, A., Sainz de Baranda, P., De Ste Croix, M., & Ayala, F. (2021). Injury profile in women's football: a systematic review and meta-analysis. *Sports Medicine*, 51, 423-442. <https://doi.org/10.1007/s40279-020-01397-4>
- Mahdavi Khangah, A., Razavi, S. M. H., & Amirnejad, S. (2023). Identifying and analyzing the effective factors of investment in Iran's sports industry. *Physiology and Management Research in Sports*, 15(3), 35-56. (In Persian).
- Okholm Kryger, K., Wang, A., Mehta, R., Impellizzeri, F. M., Massey, A., & McCall, A. (2022). Research on women's football: a scoping review. *Science and Medicine in Football*, 6(5), 549-558. <https://doi.org/10.1080/24733938.2022.2115689>
- Pope, S., & Allison, R. (2022). Women's football Fandom and growing the 'beautiful' game. *Science and Medicine in Football*, 6(5), 547-548. <https://doi.org/10.1080/24733938.2022.2092714>
- Рейкін, В. (Reikin, V.). (2021). Financial and economic aspects of professional football industry: trends analysis and development prospects. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 1(36), 471-480. <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v1i36.227770>
- Sadeghi Dezaj, E., Najafzadeh, M., Barghi Mogaddam, J., & Bafande Zendehe, A. (2024). Drivers for the Future of Investment in the Sports Industry: Is Economic Growth Effective?. *Sport Management Studies*, 16(85), 115-148. (In Persian). <https://doi.org/10.22089/smrj.2023.14641.3859>
- Rohde, M., & Breuer, C. (2017). The market for football club investors: a review of theory and empirical evidence from professional European football. *European Sport Management Quarterly*, 17(3), 265-289. <https://doi.org/10.1080/16184742.2017.1279203>
- Sedghi, Sh., Askarian, F., & Talebian Nia, H. (2016). Administrative and financial obstacles affecting private investment in sports in East Azarbaijan province. *Physiology and Management Research in Sports*, 9(3), 41-52. (In Persian)