

آینده‌نگاری پیشران‌های اقتصادی صنعت ورزش ایران

علیرضا ناصحی^۱

فرشاد امامی^۲

سجاد غلامی ترکسلویه^۳



[10.22034/ssvs.2023.2843.3071](https://doi.org/10.22034/ssvs.2023.2843.3071)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۳/۰۸

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۷/۲۴

هدف پژوهش حاضر، شناسایی پیشران‌های اقتصادی صنعت ورزش ایران بود. این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر روش پیمایشی بود. جامعه آماری تحقیق را کلیه استایندانشگاهی تشکیل می‌دادند که در زمینه اقتصاد و بازاریابی ورزشی از دانش لازم برخوردار بودند. روش نمونه‌گیری هدفمند بود. در نهایت ۱۳ مصاحبه با خبرگان انجام شد که بعد از مصاحبه ۱۱ تحقیق به اشباع نظری رسید و اطلاعات جدیدی از مصاحبه‌ها به دست نیامد. برای جمع‌آوری داده‌ها در بخش کیفی از مصاحبه با متخصصان و برای تحلیل اثرات متقابل از پرسش‌نامه ماتریسی محقق‌ساخته براساس یافته‌های کیفی بهره‌گیری شد. در پردازش داده‌ها در بخش اول مطالعه، از تکنیک دلفی و در بخش دوم از تحلیل اثرات متقابل با نرم‌افزار میک‌مک استفاده گردید. بر این اساس پیشران‌های مؤثر، با بهره‌گیری از روش تحلیل ساختاری و استفاده از نرم‌افزار میک‌مک شناخته شدند و مشخص شد که تعداد ۹ آینده‌ساز و پیشران نظیر توسعه امکانات و زیرساخت‌ها، توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی، توسعه حقوقی و قانونی، توسعه بنگاه‌های صادرات تولیدات ورزشی، توسعه نیروی انسانی، توسعه علمی و پژوهشی، توسعه نهادی، ساختاری و مالکیت، توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن و توسعه رسانه‌ای بیش‌ترین تأثیرگذاری را بر صنعت ورزش کشور دارند. نتیجه آن که با همکاری نهادهای سیاسی، تبلیغات بیشتر و طرح‌های حمایتی و تشویقی می‌توان شاهد توسعه صنعت ورزش بود.

واژگان کلیدی: آینده پژوهی، تکنیک دلفی، توسعه امکانات، بازاریابی ورزشی.

^۱ دانشجوی دکتری، گروه مدیریت ورزشی، واحد آیت الله آملی، دانشگاه آزاد اسلامی، آمل، ایران

^۲ استادیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد آیت الله آملی، دانشگاه آزاد اسلامی، آمل، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: F_emami2007@yahoo.com

^۳ گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، موسسه آموزش عالی آپادانا، شیراز، ایران

مقدمه

رشد اقتصادی، به دلایل متعددی مورد علاقه اقتصاددانان و دانشمندان جوامع مختلف بشری بوده و خواهد بود. افزایش ثروت، رفاه، ایجاد اشتغال و موارد بی شمار دیگری وابسته به رشد و توسعه اقتصادی یک کشور می باشد (صالحی و همکاران، ۱۳۹۹). امروزه یکی از ابزارهای مهم برای بهبود شاخص های توسعه یافتگی کشور، بهره گیری از اقتصاد ورزش است. ورزش نه تنها در سطح ملی یک صنعت درآمدزاست، بلکه می تواند به توسعه اقتصادهای محلی و کوچک کمک بسیار فراوانی کند (کاولسوس و سایمانسکی^۱، ۲۰۱۰: ۱۶۳). در واقع، ورزش و تفریحات سالم به عنوان یک صنعت پیش رو، به طور مستقیم و غیرمستقیم در توسعه نقش دارند (امینی و همکاران، ۱۳۹۹: ۵۱). رشد اقتصادی بنا به دلایل زیادی از جمله: بهبود آشکار در وضعیت معاش، آسایش و مصرف مردم یک جامعه، افزایش محدوده انتخاب انسان ها در انتخاب شغل و نوع زندگی، بی نیازی در انجام کارهای طاقت فرسای جسمی، صرفه جویی در وقت انسان ها و تسلط بر طبیعت از طریق پیشرفت فناوری، شکوفایی استعدادها در زمینه های مختلف علمی، وابستگی متقابل مثبت و فزاینده جهانی، افزایش قدرت سیاسی- نظامی کشور در داخل و خارج از کشور مورد توجه اقتصاددانان و جوامع مختلف بوده است (پژویان و فقیه نصیری، ۱۳۸۸). این در حالی است که برای پیش بینی و

¹ Kavetsos & Szymanski

آینده نگاری پیشرانهای اقتصادی صنعت ورزش ایران

برنامه ریزی وضعیت اقتصادی در آینده از آینده نگاری استفاده می کنند. واژه «آینده نگاری» به صورت گسترده - ای به کار می رود. این واژه بیانگر طیف وسیعی از رویکردهایی است که باعث بهبود فرآیند تصمیم گیری می شوند (ناظمی، ۱۳۹۰: ۹۲)؛ رویکردهایی که تفکر در مورد آینده بلندمدت را به همراه دارند و به همان میزان هم به فرآیند تصمیم گیری راهبردی و برآوردهای هوشمندانه توجه دارند. این فرآیند درعین حال به شبکه سازی نیز می پردازد. واقعیت آن است که آینده نگاری نیز همانند بسیاری از دانش های جدید، دانشی بین رشته ای یا چندرشته ای است. ازاین رو، از هر یک از دانش های سازنده آن، آموزه هایی در این مفهوم نوپدید به اشتراک گذاشته است. در ساده ترین حالت، آینده نگاری حاصل تلاقی و همگرایی سه دسته از مفاهیم یا حوزه های مختلف است: ۱- برنامه ریزی یا برنامه ریزی راهبردی^۱؛ ۲- آینده پژوهی^۲؛ ۳- شبکه سازی یا توسعه سیاست^۳ (اسماعیل پور و همکاران، ۱۴۰۰).

در پی آشکار شدن روزافزون اهمیت ورزش، کشورهای مختلف جهان در حال بررسی تاثیرات اقتصادی مستقیم و غیرمستقیم صنعت ورزش هستند. آثاری چون تولید کالاها و ارائه خدمات ورزشی با کیفیت، احداث اماکن و فضاهای ورزشی استاندارد، مشارکت در بازار بورس اوراق بهادار، افزایش چشمگیر شاغلان در بخش ورزش، جذب گردشگر و حامیان مالی و ورود سرمایه های مالی به بازارهای داخلی از طریق برگزاری مسابقات ورزشی در سطح ملی، منطقه ای و بین المللی در زمره آثار اقتصادی مستقیم صنعت ورزش قرار می گیرند. آثار غیرمستقیم نیز در زمینه هایی همچون افزایش سطح سلامتی و تندرستی در میان افراد جامعه، کاهش هزینه های بهداشتی و درمانی و به تبع آن توسعه برنامه های ملی سلامت، کاهش بزه کاری، افزایش سطح بهره وری اقتصادی در بخش های تولیدی و خدماتی قرار دارند. در میان آثار مستقیم اقتصادی مذکور می توان ایجاد فرصت های شغلی را از مهم ترین آثار اقتصادی ورزش و سایر صنایع به شمار آورد (قدیری علمداری، ۱۳۹۴). بنابراین امروزه دولت ها برای برنامه ریزی بهتر و سیاست گذاری پربازده تر از روش های پیش بینی کننده در توسعه اقتصادی و اجتماعی استفاده می کنند. ورزش و نقش تعیین کننده آن در توسعه و پیشرفت اقتصادی اثبات شده است (سیرونت و اراستو^۴، ۲۰۲۲). شناسایی عوامل موثر بر رشد اقتصادی در صنعت ورزش موضوع مورد اهمیت پژوهشگران حوزه علوم ورزش بوده است؛ به طوری که محمدی عسکری آبادی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «تحلیل تماتیک عوامل موثر بر توسعه اقتصاد ورزش ایران» از مصاحبه های عمیق و مقوله بندی آنها، توسعه ورزش، عوامل تجاری اقتصادی، فعالیت های تجاری، الزامات حقوقی - حمایتی، الزامات مدیریتی و میزبانی رویدادهای بین المللی را به عنوان شش

¹ Planning or strategic planning

² future research

³ Networking or policy development

⁴ Sirvent & Eraso

مقوله مؤثر در توسعه اقتصاد ورزش ایران شناسایی کردند. امامی و همکاران (۱۴۰۱) به بررسی عوامل مؤثر بر توسعه سرمایه گذاری بر توانمندسازی اقتصادی صنعت ورزش ایران پرداختند و دریافتند سیاست گذاری های اقتصادی در راستای ایجاد فضای باز و مبتنی بر آزادسازی اقتصادی به منظور دستیابی به بازارهای جدید، تعریف سرمایه های خارجی و فناوری نوین و اقداماتی در راستای افزایش ثبات اقتصادی باید صورت پذیرد تا ریسک سرمایه گذاری کاهش و به تبع آن، جریان سرمایه گذاری داخلی و خارجی در صنعت ورزش کشور افزایش یابد. توسعه سرمایه گذاری منجر به توسعه رفتار مصرف کنندگان ورزشی و دسترسی بهتر به بازار فروش و مواردی از این دست می گردد. همچنین با تاکید بر توانمندسازی ظرفیت های ورزشی داخلی، تسهیل فرآیندهای گرفتن مجوزها و روند تولید زمینه رشد اقتصادی در صنعت ورزش ایران فراهم می آید. رضوی و فریدونی (۱۴۰۱) بیان داشتند که سیاست گذاری ها و برنامه های اقتصادی باشگاه های فوتبال باید مبتنی و به واسطه نیروی انسانی متخصص و براساس اهداف راهبردی باشگاه تدوین شود تا بار مالی ناشی از فعالیت های فعلی را روی هزینه های آتی کاهش دهد. این در حالی است که پژوهش هایی با روش آینده-پژوهشی به ندرت در حوزه ورزش رقم خورده است. از جمله به روزترین پژوهش ها، مطالعه اسماعیل پور باریکی و همکران (۱۴۰۰) است که در آینده پژوهشی خود دریافتند سیاست های مراکز آموزشی، ارزیابی مستمر راهبردهای عملیاتی، فعالیت های پژوهشی، منابع انسانی متخصص، استانداردسازی سازه های ورزشی، مراکز تصمیم گیری فناوری ارتباطات و اطلاعات محور، بوروکراسی زدایی، جهت دهی خیران به سمت ورزش تربیتی، معماری اماکن و فضاهای ورزشی، سبک زندگی، تورم، ظهور فناوری های نوین مانند هوش مصنوعی، اقتصاد خانواده ها، قیمت زمین و مصالح و تأسیسات بیشترین نقش را در وضعیت آینده ورزش تربیتی کشور ایفا می کنند. جلائی و همکاران (۱۳۹۷) سرمایه انسانی را به عنوان نقش محوری و اساسی در فراهم آوردن زمینه مناسب برای رشد اقتصادی معرفی کرده اند. همچنین پیش شرط این سرمایه گذاری را استفاده از آخرین دستاوردهای علمی و منطبق با نیازهای جامعه دانسته اند. کلاشی حسینی و رجایی (۱۳۹۵) به بررسی اثر مخارج ورزشی دولت و خانوار بر تولید ناخالص داخلی در ایران پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان داد که مخارج ورزشی دولت و خانوار اثر مثبت و معناداری بر تولید ناخالص داخلی دارد که با توجه به لگاریتمی بودن الگو، این نتیجه بدین معنا است که یک درصد افزایش در هزینه های ورزشی دولت و خانوار (با فرض ثابت بودن سایر متغیرهای کنترلی)، برابر با ۰/۰۲۹ درصد افزایش در تولید ناخالص داخلی کشور است. نظری قنبری و صابونچی (۱۳۹۳) به بررسی نقش آموزش و سرمایه انسانی در رقابت پذیری اقتصادی ورزش استان های غرب کشور پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان داد که ورزش استان های غرب کشور، به لحاظ رقابت پذیری اقتصادی و شاخص سرمایه انسانی قدرت کافی ندارند. آنها بیان کردند که

¹ Information and Communication Technology

آینده نگاری پیشرانهای اقتصادی صنعت ورزش ایران

ضعف آموزش و نیروی انسانی در این استان‌ها از عوامل رکود رقابت‌پذیری اقتصادی ورزش است. ژنگ و ماسون^۱ (۲۰۱۸) برای ارزیابی جایگاه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای در اقتصاد دیجیتال آمریکای شمالی، شاخص‌هایی مانند ظرفیت اکوسیستم کارآفرینی، رقابت‌پذیری بازار، بسترهای نرم‌افزاری و محتوای رسانه‌ای را مورد بررسی قرار دادند. توسعه این عوامل پیش‌زمینه‌ای برای توسعه اقتصاد از طریق ورزش خواهد بود. هایدوک و واکر^۲ (۲۰۱۸) برای تحلیل روند سه دهه اخیر صنعت ورزش انگلستان، شاخص‌های مشارکت، سرمایه‌گذاری و کارآفرینی سازمان‌های ورزشی را مورد بررسی قرار دادند. انجمن بازی‌های المپیک تایستانی (۲۰۱۹) بیان می‌کند بخش ورزش با عوامل بسیاری رو به‌روست که نظم و ثبات آن را به هم ریخته و مدام نیازمند ایجاد نظم و چارچوب‌های جدیدی است. در این راستا، روندها و تغییرات مختلف جهانی از جمله رشد سریع شهرنشینی، رشد جمعیت و سالمندی، تغییرات آب و هوایی و همچنین محدودیت‌های منابع، دست به دست هم می‌دهند تا تغییرات عمده‌ای در بخش‌های مختلف روی دهد و صنعت ورزش نیز از آن متأثر می‌گردد. در این راستا، در آینده ورزش، شکل‌ها و ابعاد تغییر و توسعه‌یافته‌ای از هواداری ورزش، حامی‌گری، تحولات دیجیتالی رسانه‌ها، ورزش‌های الکترونیکی، تغییر رفتار مصرف‌کنندگان ورزشی، هیئت‌های اداره‌کننده ورزش، رویدادهای ورزشی و ورزشکاران را شاهد خواهیم بود که باید از نگاه ملی و بین‌المللی مورد تحلیل و تصویرسازی قرار گیرد. این تغییرات در نهایت منجر به ایجاد تغییرات شدید و عدم اطمینان بالا در ورزش می‌گردد. در نتیجه، هیئت‌های مدیریت‌کننده ورزش همواره باید این روندها و تحولات را پیش‌بینی نمایند و خود را برای مقابله با آنها مهیا سازند. از این رو، توجه به این صنعت همواره مورد توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان بوده است. اما جهت بهره‌مندی حداکثری از مزایای این صنعت، برخورداری از برنامه‌های مبتنی بر آینده‌نگاری بیش از پیش اهمیت دارد. در نتیجه ضروری است تا آینده صنعت ورزش در ایران با لحاظ روش‌ها و ابزارهای به‌روز و نظام‌مند مورد بررسی و تصویرسازی قرار گیرد و در راستای نیل به آن آینده، برنامه‌ها و سازوکارهای اجرایی تدوین شود. پژوهش حاضر با درک اهمیت این موضوع به آینده‌نگاری صنعت ورزش در ایران پرداخته است.

به طور کلی، آینده‌نگری علمی است که با هنر توأم است (حاجیان، ۱۳۹۱) و تحقیقات دو دهه گذشته به وضوح نشان داده‌اند که عملکرد صنایع و سازمان‌هایی که چشم‌اندازمحور هستند، بهتر از دیگر سازمان‌ها می‌باشد (دی وال^۳، ۲۰۰۵). علاوه بر عملکرد، با توجه به چالش‌های ناشی از بحران‌ها، پیچیدگی‌ها و تغییرهای محیط خارجی و همچنین در جهت حفظ محیط این صنایع و سازمان‌ها در فضای رقابتی، توجه به آینده‌نگاری اهمیت دو چندانی پیدا می‌کند. آینده‌نگاری در اصل برای واکنش به این محیط رقابتی

¹ Zheng & Mason

² Hayduk & Walker

³ De Wall

و غلبه بر این بحران‌ها و بهبود عملکرد در سطح سازمانی و ملی ایجاد می‌شود تا با جمع‌آوری اطلاعات و پویای محیطی و با افزایش آگاهی و بینش، تصمیم‌سازان را در تصمیم‌گیری برای ساخت و ایجاد آینده مطلوب کمک کند. در این راستا، صنعت ورزش به عنوان یکی از صنایع پویا و متحول و متغیر نیازمند توجه و حرکت دقیق و مبتنی بر آینده است. در نتیجه، یکی از مهم‌ترین خلاءها و چالش‌های امروز ورزش ایران، آینده‌نگری و ترسیم خطوط حرکت آتی است (کوثر و همکاران، ۱، ۲۰۱۰). آینده‌نگاری، فرایند تلاش سیستماتیک برای نگاه به آینده بلندمدت علم، فناوری، محیط زیست، اقتصاد و اجتماع است که با هدف شناسایی فناوری‌های عام نوظهور و تقویت حوزه‌های تحقیقات راهبردی است که احتمالاً بیشترین منافع اقتصادی و اجتماعی را به همراه دارد. یکی از مهم‌ترین چالش‌های ورزش ایران به‌ویژه صنعت ورزش، همواره عدم‌برخورداری از برنامه‌ها و خطوط ترسیم‌شده راهبردی برای آینده است. آخرین برنامه جامع راهبردی کشور مربوط به سال ۱۳۸۳ می‌باشد که طرح جامع ورزش کشور صرفاً تدوین اما به مرحله اجرا وارد نگردید. بنابراین یکی از مسائل عمده ورزش در ایران، حرکت بر مبنای نگاه سلیقه‌ای مدیران و عدم توجه به پیش‌بینی آینده و تعیین وضعیت‌های آتی ورزش کشور و ترسیم برنامه‌های راهبردی جهت نیل به آن بوده است. تحقیق حاضر در نظر دارد تا به آینده‌نگاری پیشران‌های اقتصادی در صنعت ورزش ایران بپردازد و مشخص کند پیشران‌های اقتصادی در صنعت ورزش ایران کدام‌اند.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با توجه به ماهیت آن و افقی که برای برنامه‌ریزی در نظر گرفته، مبتنی بر رویکرد آینده‌پژوهی است که از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر روش پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق را کلیه اساتید دانشگاه در زمینه اقتصاد و بازاریابی ورزشی تشکیل می‌دادند که از دانش و تجربه لازم برخوردار بودند. روش نمونه‌گیری در این پژوهش به صورت غیراحتمالی و هدفمند بود. بر این اساس از یک گروه اولیه که بر اساس قضاوت ذهنی و هدفمند انتخاب گردیدند، خواسته شد تا متخصصان مربوطه را معرفی کنند. جهت جمع‌آوری داده‌های کیفی پژوهش از مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختارمند استفاده گردید. در این راستا، ابتدا راهنمای مصاحبه برای افراد ارسال شد که در برگرفته عنوان، اهداف و سؤال کلی مصاحبه بود تا مصاحبه‌شونده‌ها با موضوع بحث آشنا شوند. در طول مصاحبه، به روش‌های مختلف مانند یادداشت‌برداری و ضبط جریان مصاحبه بر گوشی تلفن همراه با رضایت مصاحبه‌شوندگان اطلاعات ثبت شد. بلافاصله پس از اتمام مصاحبه، یادداشت‌های مشروحی درباره جریان مصاحبه برداشته می‌شد. بر این اساس در این تحقیق حجم نمونه از قبل مشخص نبود و هنگام رسیدن به اشباع نظری مشخص شد. در نهایت ۱۳ مصاحبه با خبرگان انجام شد که بعد از مصاحبه ۱۱ تحقیق به اشباع نظری رسید و اطلاعات

¹ Coates

آینده نگاری پیشرانهای اقتصادی صنعت ورزش ایران

جدیدی از مصاحبه‌ها به دست نیامد. با این حال برای اطمینان دو مصاحبه دیگر نیز انجام شد. در این پژوهش بنا به ماهیت موضوع از فنون و ابزارهای مختلف همچون مصاحبه، پنل خبرگان و پرسش‌نامه ماتریسی برای مشخص کردن میزان اهمیت هر یک از مولفه‌ها نسبت به یکدیگر استفاده گردید. داده‌های کیفی مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته، بر اساس روش تحلیل مضمون برون و کلارک (۲۰۰۶) شناسایی و سپس براساس تکنیک دلفی، مقولات استخراج شده وزن‌دهی شدند. بر همین اساس، پس از مشخص شدن شاخص‌ها و مولفه‌های تأثیرگذار بر اقتصاد صنعت ورزش کشور، پرسش‌نامه‌های طراحی شده به صورت ماتریسی "دو در دو" مجدداً در بین نمونه آماری توزیع شد. در پردازش داده‌ها نیز از تکنیک دلفی و تحلیل اثرات متقاطع براساس نرم‌افزار میک‌مک برای تفهیم و تبیین پیشرانهای اقتصادی صنعت ورزش کشور استفاده گردید. روش میک میک برای انجام محاسبه‌های سنگین ماتریس اثرات متقاطع طراحی شده است. فرآیند این روش این گونه است که ابتدا متغیرها و مولفه‌های مهم در حوزه موردنظر شناسایی و سپس در ماتریسی مانند تحلیل اثرات وارد می‌شود. آنگاه میزان ارتباط میان این متغیرها با حوزه مربوط، از سوی خبرگان مشخص می‌گردد. متغیرهای موجود در سطرها بر متغیرهای موجود در ستون‌ها تأثیر می‌گذارند؛ به این ترتیب متغیرهای سطرها، تأثیرگذار و متغیرهای ستون‌ها، تأثیرپذیرند. بر همین اساس برای تحلیل داده‌های در ابتدا با استفاده از روش دلفی عوامل اصلی، رتبه‌بندی شدند. در مرحله دوم، با طراحی پرسش‌نامه، داده‌های مربوط به ماتریس تأثیرات عوامل از همان خبرگان جمع‌آوری و در تحلیل استفاده گردید. در این مرحله، دو نوع اثر مستقیم و غیرمستقیم از هم تفکیک شدند و آثار مستقیم از نتیجه تحلیل تأثیرات عوامل بر یکدیگر به دست آمد و آثار غیرمستقیم از طریق توان‌های ۲، ۳، ۴ و... عوامل محاسبه شدند. در تحلیل‌های ماتریس متقاطع هم با روش میک میک شش مرحله درک سیستمی و مشاهده پایداری یا عدم پایداری سیستم؛ شناسایی تأثیرات غیرمستقیم متغیرها؛ شناسایی عوامل و پیشرانهای اصلی و استفاده از آن‌ها در سناریونویسی؛ درک کلی از سیستم و پرهیز جزئی؛ شناسایی عوامل ناپایدارکننده سیستم و شناسایی محیط به واسطه سنجش تأثیرگذاری انجام شد.

یافته‌های پژوهش

در جدول ۱، ویژگی‌های فردی نمونه‌های تحقیق ارائه شده است:

جدول ۱: وضعیت جمعیت‌شناختی نمونه‌ها

گروه‌ها	فراوانی	درصد
زن	۴	۳۹/۷۷
مرد	۹	۶۹/۲۳

۱۵/۳۸	۲	۳۶ تا ۴۰	
۵۳/۸۵	۷	۴۱ تا ۴۵	سن
۳۹/۷۷	۴	بیش از ۴۵ سال	
۷/۶۹	۱	کمتر از ۱۰ سال	
۵۳/۸۵	۷	۱۱ تا ۱۶	سابقه کار
۳۸/۴۶	۵	بیشتر از ۱۶	(به سال)

در جدول ۲، کدهای باز و همچنین عوامل استخراج شده از متن مصاحبه‌ها به تفکیک آمده است:

آینده نگاری پیشرانهای اقتصادی صنعت ورزش ایران

جدول ۲: کدهای استخراج شده از مصاحبه ها

عامل ها	کدهای باز
توسعه امکانات و زیرساخت ها	تدوین استانداردهای لازم برای توسعه اماکن ورزشی. رعایت دستورالعمل های و استانداردهای موجود در زمینه ساخت اماکن ورزشی. عزم نهادهای ذی صلاح در زمینه بهینه سازی زیرساخت های ورزشی کشور. توجه به نوع مدیریت اماکن ورزشی که بیشتر دولتی می باشند. ایجاد بستر های مناسب برای برگزاری رویدادهای ورزشی بزرگ در کشور
توسعه و گسترش شبکه های اجتماعی	ایجاد شبکه های اجتماعی تخصصی در زمینه ورزش. افزایش قابلیت های شبکه های اجتماعی در زمینه تولیدات و خدمات ورزشی. افزایش دانش در زمینه توسعه صادرات محصولات ورزشی. توسعه شبکه های فروش از طریق شبکه های اجتماعی. آموزش بازاریابی در زمینه توسعه صادرات محصولات ورزشی
توسعه حقوقی و قانونی	رفع ایرادات و مشکلات قانونی در زمینه توسعه صنعت ورزش. مشخص شدن نوع و ماهیت حقوقی باشگاه های ورزشی در رشته های ورزشی مختلف. تدوین موارد حقوقی مناسب در زمینه توسعه صنعت ورزش. بهره گیری از مدیران متخصص جهت مشروعیت بخشیدن به صنعت ورزش. تدوین قوانین و مقررات در زمینه حاکمیت باشگاه داری.
توسعه بنگاه های صادرات و تولیدات ورزشی	توسعه بنگاه های موجود در زمینه صادرات محصولات ورزشی. زمینه سازی در جهت ایجاد بنگاه های صادرات محصولات ورزشی. ایجاد تسهیلات برای شرکت های خصوصی جهت سرمایه گذاری برای صادرات محصولات ورزشی. تخصصی کردن تولیدات محصولات ورزشی جهت صادرات آنها. ایجاد بازاریابی شبکه ای جهت افزایش قابلیت بنگاه های صادراتی.
توسعه نیروی انسانی	حفظ ثبات در مدیریت در تمامی سطوح ورزش کشور. پرورش و به کارگیری مدیران خلاق و متخصص در زمینه بازاریابی و کسب درآمد در سطوح مختلف ورزش. سرمایه گذاری در زمینه رشد و توسعه سطوح پایه ورزش کشور. برگزاری دوره های افزایش دانش و ارتقای سطح دانش تجاری مدیران ورزشی. در نظر گرفتن معیارهای مناسب در زمینه منابع انسانی و ارزیابی مدیران باشگاه ها.
توسعه علمی و پژوهشی	توجه به شاخص های اصلی اقتصادی در زمینه ورزش در پژوهش های علمی و تحصیلات تکمیلی. توجه به موضوعات پژوهشی مرتبط با مسائل اقتصادی در

ورزش. افزایش مشارکت در زمینه‌های پژوهشی با سایر رشته‌های مالی. انجام پروژه‌های مشترک در زمینه بازاریابی و ورزشی با نهادهای مربوطه.	
ایجاد ساز و کارهای لازم جهت تدوین راهبرد های بلندمدت در زمینه اقتصاد ورزش کشور. رفع موانع موجود در زمینه رشد و توسعه اقتصاد ورزشی کشور. جلوگیری از مداخله افراد صاحب قدرت در زمینه سیاسی در ساختار ورزش. کم و انگشت شمار بودن باشگاه‌های ورزشی کشور که دارای مجوزهای حرفه‌ای می‌باشند. افزایش نهادهای که از صنعت ورزش حمایت می‌کنند. توسعه نظام باشگاه‌داری حرفه‌ای در ورزش کشور. عدم توجه یا توجه محدود باشگاهی ورزشی کشور به بحث توسعه ورزش در سطوح پایه. توسعه نظام باشگاه‌داری حرفه‌ای در ورزش کشور.	توسعه نهادی، ساختاری و مالکیت
افزایش سرانه درآمد ملی. بوجود آوردن روش‌های مناسب و منطقی قیمت‌گذاری. افزایش کیفیت محصولات و خدمات ورزشی. مدیریت مناسب در برگزاری رویدادهای ورزشی در کشور. حضور همه اقشار جامعه به خصوص بانوان و ورزشکاران مطرح. ایجاد ساز و کارهای لازم جهت جذب و نگهداری هواداران ورزش.	توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن
تدوین قوانین کپی رایت در زمینه محصولات و خدمات ورزشی. به وجود آوردن تقاضا خرید برای مشتریان از طریف رسانه‌ها. تدوین قوانین مدون در زمینه به رسمیت شناخته شدن حق پخش. لازم الاجرا شدن قوانین جهت رسمیت یافتن حق پخش تلویزیونی. تلاش برای خصوصی سازی باشگاه‌های ورزشی. خصوصی سازی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران. ایجاد شبکه‌های تلویزیونی خصوصی.	توسعه رسانه‌ای

تأثیرگذاری و تأثیرپذیری مستقیم متغیرها

همانگونه که در جدول ۳ مشاهده می‌شود بر اساس تعداد متغیرها، ابعاد ماتریس ۹ بود. تعداد تکرارها را چهار بار در نظر گرفته شد و درجه پرشدگی ماتریس ۰/۷۳ درصد است که گویای ضریب بالایی می‌باشد که دلیل آن تأثیر و ارتباط گسترده متغیرهای اقتصادی تأثیرگذار صنعت ورزش است.

آینده نگاری پیشرانهای اقتصادی صنعت ورزش ایران

جدول ۳: داده‌های اولیه تحقیق

	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
توسعه امکانات و زیر ساخت	۰	۲	۲	۳	P	۲	P	۳	P
توسعه بنگاه‌های صادرات تولیدات ورزشی	۱	۰	P	۱	۲	۲	۱	۰	۱
توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی	۰	۲	۰	۱	۱	۲	۳	۱	۱
توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن	۰	۱	۲	۰	۲	۳	۲	۱	۲
توسعه رسانه‌ای	۱	۲	۱	۱	۰	۲	۱	۱	۱
توسعه نیروی انسانی	۱	۲	۱	۱	۱	۰	۰	۲	۰
توسعه حقوقی و قانونی	۰	۰	۱	۲	۳	۲	۰	۱	۱
توسعه نهادی، ساختاری و مالکیت	۰	۱	۱	۲	۱	۱	۰	۰	۰
توسعه علمی و پژوهشی	۱	۱	۰	۱	۰	۱	۲	۰	۰

از مجموع رابطه قابل ارزیابی در این ماتریس، ۲۲ رابطه عدد صفر، ۳۱ رابطه عدد یک، ۱۹ رابطه عدد دو، ۵ رابطه عدد سه و ۴ رابطه عدد P بوده است. از طرف دیگر، ماتریس بر اساس شاخص‌های آماری با چهار بار چرخش داده‌ای از مطلوبیت و بهینه‌شدگی 100 درصد برخوردار بوده است. در ادامه برای شناسایی بیشتر پیشران‌ها و عوامل مؤثر به بررسی تأثیرگذاری و تأثیرپذیری مستقیم و غیرمستقیم متغیرها پرداخته شد (جدول ۴ و ۵):

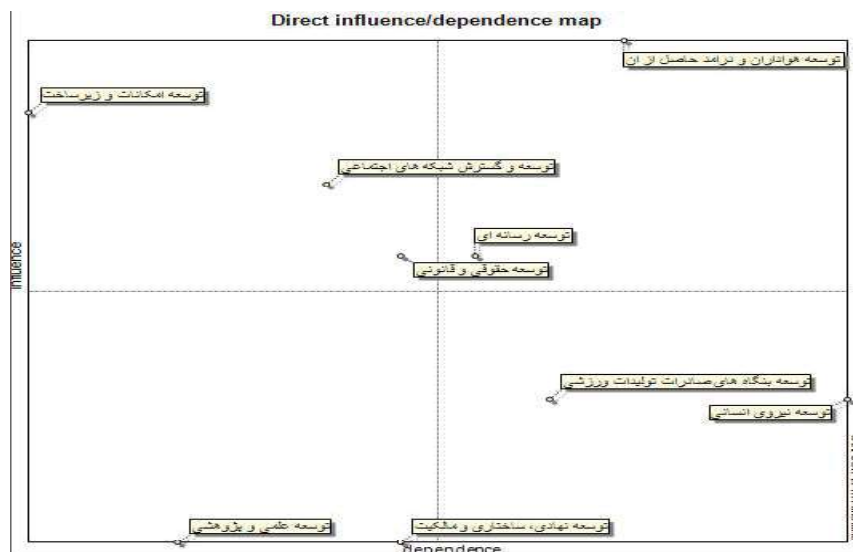
جدول ۴: تحلیل اولیه داده‌های ماتریس

شاخص	ابعاد	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	درجه
ماتریس	تکرار	صفرها	یک	دو	سه	P	جمع	پیش‌شدگی
مقدار	۹	۴	۲۲	۳۱	۱۹	۵	۵۹	۰/۷۳

جدول ۵: درجه مطلوبیت و بهینه‌شدگی ماتریس

چرخش	تأثیرگذاری	تأثیرپذیری
۱	۸۸٪	۹۴٪
۲	۸۹٪	۱۰۰٪
۳	۱۱۲٪	۱۰۰٪
۴	۱۰۰٪	۱۰۰٪

در خروجی پروژه در نرم‌افزار میک مک، عوامل تأثیرگذار، وابسته، مستقل و دو وجهی (تأثیرگذار و تأثیرپذیر) به شرح شکل ۱ و جدول ۶ ارائه شده است:



شکل ۱. طرح تأثیرگذاری و تأثیرپذیری مستقیم متغیرهای اقتصادی تأثیرگذار بر صنعت ورزش کشور متناسب با شکل ۱ و جدول ۵ متغیرهای توسعه امکانات و زیرساخت ها، توسعه و گسترش شبکه های اجتماعی و توسعه حقوقی و قانونی، سه متغیر اقتصادی تأثیرگذار در صنعت ورزشی کشور می باشند. متغیرهای توسعه هواداران و درآمدهای حاصل از آن و متغیر توسعه رسانه ای متغیرهای دوجبهی یعنی هم تأثیرگذار و تأثیرپذیر شناسایی شدند. متغیرهای توسعه بنگاه های صادرات تولیدات ورزشی و متغیر توسعه نیروی انسانی به عنوان متغیرهای وابسته شناسایی شدند و در نهایت متغیرهای توسعه علمی و پژوهشی و توسعه نهادی، ساختاری و مالکیت به عنوان متغیرهای اقتصادی وابسته در صنعت ورزشی کشور قرار گرفتند.

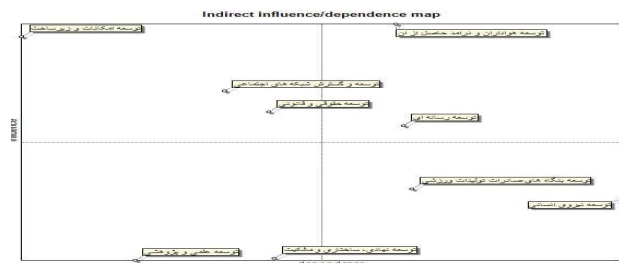
آینده نگاری پیش‌رانه‌های اقتصادی صنعت ورزش ایران

جدول ۶: وضعیت تأثیرگذاری و تأثیرپذیری عوامل و متغیرهای اقتصادی بر صنعت ورزش کشور

مجموع ستون	مجموع سطر	عامل
۴	۲۱	توسعه امکانات و زیرساخت‌ها
۱۱	۱۱	توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی
۱۲	۱۰	توسعه حقوقی و قانونی
۱۱	۱۱	توسعه بنگاه‌های صادرات تولیدات ورزشی
۱۵	۸	توسعه نیروی انسانی
۹	۶	توسعه علمی و پژوهشی
۹	۶	توسعه نهادی، ساختاری و مالکیت
۱۲	۱۳	توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن
۱۳	۱۰	توسعه رسانه‌ای
۸۴	۸۴	جمع کل

تأثیرپذیری و تأثیرگذاری غیر مستقیم متغیرها

طرح تأثیرگذاری و تأثیرپذیری غیرمستقیم متغیرها نشان می‌دهد که متغیر توسعه امکانات و زیرساخت‌ها بیشترین تأثیرگذاری غیرمستقیم را داشته است. پس از آن متغیرهای توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی و توسعه حقوقی و قانونی در مراحل بعدی تأثیرگذاری غیرمستقیم بر صنعت ورزش قرار دارند. متغیر توسعه نیروی انسانی بیشترین تأثیرپذیری غیرمستقیم را از سایر متغیرها داشته است. همچنین متغیرهای توسعه هواداران و درآمدهای حاصل از آن و توسعه رسانه‌ای کلیدی‌ترین متغیرها محسوب می‌شوند که نقشی راهبردی دارند و در این میان از تأثیرپذیری و تأثیرگذاری غیرمستقیم بالایی برخوردار هستند (شکل ۲).



شکل ۲: طرح تأثیرگذاری و تأثیرپذیری غیرمستقیم متغیرهای تأثیرگذار اقتصادی بر صنعت ورزش کشور
رتبه‌بندی متغیرهای اقتصادی صنعت ورزش کشور بر اساس تأثیرگذاری مستقیم و غیرمستقیم

بر اساس خروجی پروژه میک مک میزان تأثیرگذاری هر یک از ماتریس‌های مستقیم و غیرمستقیم بر اساس رتبه مشخص شده است. در بررسی تأثیرگذاری مستقیم متغیرهای اقتصادی صنعت ورزش کشور، متغیرهای توسعه هواداران و درآمدهای حاصل از آن رتبه اول؛ توسعه امکانات و زیرساخت‌ها در رتبه دوم؛ توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی در رتبه سوم و توسعه رسانه‌ای در رتبه چهارم قرار گرفتند. رتبه سایر متغیرها در ماتریس تأثیرگذاری مستقیم به ترتیب در شکل ۳ ارائه شده است. همچنین بررسی تأثیرگذاری غیرمستقیم حاکی از این بود که متغیرهای توسعه هواداران و درآمدهای حاصل از آن رتبه اول؛ توسعه امکانات و زیرساخت‌ها در رتبه دوم؛ توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی در رتبه سوم و توسعه حقوقی و قانونی در رتبه چهارم قرار گرفتند. رتبه سایر متغیرها در ماتریس تأثیرگذاری مستقیم به ترتیب در شکل ۳ ارائه شده است:

Classify variables according to their influences			
	MDI matrix		MII matrix
رتبه	متغیر		متغیر
۱	توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن		توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن
۲	توسعه امکانات و زیرساخت‌ها		توسعه امکانات و زیرساخت‌ها
۳	توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی		توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی
۴	توسعه رسانه‌ای		توسعه حقوقی و قانونی
۵	توسعه حقوقی و قانونی		توسعه رسانه‌ای
۶	توسعه پتگاه‌های صادرات تولیدات ورزشی		توسعه پتگاه‌های صادرات تولیدات ورزشی
۷	توسعه نیروی انسانی		توسعه نیروی انسانی
۸	توسعه ته‌ادی، ساختاری و مالکیت		توسعه ته‌ادی، ساختاری و مالکیت
۹	توسعه علمی و پژوهشی		توسعه علمی و پژوهشی

شکل ۳: اولویت‌بندی متغیرهای تأثیرگذار اقتصادی بر صنعت ورزش کشور

بحث و نتیجه‌گیری

مشکلات اقتصادی به ویژه در بخش تولید و درآمد از جمله مسائل مهمی است که انسان همواره با آن روبرو است و ثمره هر نظام اقتصادی، تولید و به طبع آن مصارف کالا و خدماتی است که به عنوان متداول‌ترین شاخص ارزیابی اقتصادی یک کشور به شمار می‌رود (ویک‌نر و باسک‌ستراند^۱، ۲۰۱۸). حال از آنجایی که فقر و غنای هر کشوری به توان تولید سرانه نظام‌های اقتصادی در بخش‌های مختلف آن وابسته است، لذا تولید بیشتر امکان سرمایه‌گذاری و ظرفیت‌سازی اقتصادی را در آینده فراهم می‌کند و در نهایت زندگی مادی، اجتماعی و فرهنگی بهتری را برای نسل آینده فراهم می‌سازد (پرز-پرز^۲ و همکاران، ۲۰۱۸).

^۱ Wikner, & Bäckstrand

^۲ Pérez-Pérez

آینده نگاری پیشرانهای اقتصادی صنعت ورزش ایران

در این بین یکی از صنعت‌های که می‌تواند نقش اساسی در بخش اقتصادی چه از بعد عملی و چه از بعد تماشایی در تولید و مصرف کالا و خدمات داشته باشد، صنعت ورزش می‌باشد، زیرا پتانسیل‌های زیادی در آن وجود دارد. این موضوع باعث شده است به صنعت ورزش نگاه ویژه‌ای شود و از دیدگاه‌ها و زمینه‌های مختلفی مورد بررسی قرار گیرد. یکی از این زمینه‌ها، مباحث اقتصادی می‌باشد. از این رو در این تحقیق، محقق برآن شد آینده صنعت ورزش را از منظر اقتصادی مورد بررسی قرار دهد و مشخص کند عوامل کلیدی و پیشران‌های اقتصادی صنعت ورزش کدام‌اند. نتایج نشان داد در کل ۹ عامل به عنوان کلیدی‌ترین عوامل اقتصادی صنعت ورزش کشور می‌باشند که در چهار دسته: ۱. عوامل تاثیرگذار (توسعه امکانات و زیرساخت‌ها، توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی و توسعه حقوقی و قانونی)؛ ۲. عوامل وابسته (توسعه بنگاه‌های صادرات تولیدات ورزشی و توسعه نیروی انسانی)؛ ۳. عوامل مستقل (توسعه علمی و پژوهشی، توسعه نهادی، ساختاری و مالکیت)؛ ۴. متغیرهای تاثیرگذار و تاثیرپذیر (توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن و توسعه رسانه‌ای) تقسیم می‌شوند.

در زمینه عوامل تاثیرگذار (توسعه امکانات و زیرساخت‌ها، توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی و توسعه حقوقی و قانونی) می‌توان گفت اصلی‌ترین زمینه‌هایی که در حوزه صنعت ورزشی می‌توان از آن‌ها یاد کرد، اماکن، تجهیزات و خدمات ورزشی می‌باشند. از آنجایی که تمامی این مراکز نیازمند تأمین تجهیزات مورد نیاز خود هستند، اگر این اقلام از تولیدات داخل تأمین گردد در ایجاد فرصت‌های کسب و کار و کارآفرینی در فضای ورزشی بسیار تاثیرگذار است و موجب شکل‌گیری یک کسب و کار مطلوب ورزشی خواهد شد. همچنین همین اقدام باید در زمینه اقلام و لوازم ورزشی دیگر صورت پذیرد تا با حمایت از تولیدکنندگان و کسب و کارهای داخلی و ایجاد نگرش مثبت در زمینه کیفیت محصولات داخلی یک محیط رقابتی در این محصولات ایجاد نماید که خود سبب تولید ثروت و شکل‌گیری محیط کارآفرینانه می‌شود. کمپ‌های تفریحی، ورزشی، پارک‌ها و فضاهای شهری و کلیه خدمات در حوزه گردشگری و توریسم از جمله فضاهای کسب و کار استارت‌آپی است که با توجه به پتانسیل کشور از ظرفیت بسیار بالایی در این حوزه برخوردار است. در باره توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی نیز می‌توان گفت شبکه‌های اجتماعی در مشخص کردن رفتارهای اقتصادی، توسعه شبکه‌های کسب و کارهای تجاری و مراودات سیاسی نقش بسیار تعیین‌کننده‌ای دارند، زیرا آنها به کسب و کارها این اجازه را می‌دهند تا ارتباط مستقیمی را با ذی‌نفعان ورزش مانند مشتریان، ورزشکاران، تماشاگران، تولیدکنندگان و ... داشته باشند. در زمینه صنعت ورزش نیز می‌توان گفت این شبکه‌ها با ایجاد شبکه‌های فروش آنلاین، اطلاع‌رسانی در زمینه پیشرفت‌های تجهیزات ورزشی زمینه توسعه این صنعت را فراهم آورند. توسعه حقوقی و قانونی نیز یکی از عوامل اثرگذار اقتصادی در صنعت ورزش می‌باشد. در واقع توسعه موارد حقوقی که مجموعه‌ای از قواعد و اصول قانونی است،

باعث می شود تمام اعمال و وضعیت های موجود در زمینه صنعت ورزش مانند تولیدات محصولات و خدمات در صنعت ورزش در دایره حاکمیت قانونی شرکت ها و سازمان های ورزشی قرار گیرد که تبعیت از آن لازم الاجرا و لازم الاتباع برای تمامی نهادها و اشخاص حوزه ورزش جهت ورود به سطح جهانی می باشد. در زمینه عوامل وابسته (توسعه بنگاه های صادرات تولیدات ورزشی و توسعه نیروی انسانی) نیز می توان گفت توسعه بنگاه های صادرات تولیدات ورزشی می تواند مزیت رقابتی فراوانی را در صنعت ورزش فراهم آورد. این اتفاق وضعیتی را برای یک بنگاه ورزشی فراهم می آورد تا با به کارگیری روش های نوین و ارائه محصولاتی با کیفیت بالاتر کارایی خود را بالاتر ببرد و از این طریق با رقابت با رقبای خود سود بیشتری را برای بنگاه اقتصادی خود فراهم آورند. گفتنی است که هر کشوری بر اساس عوامل خود در زمینه تولیدات داخلی و ملی باید برای تولید محصولات خود ارزش قائل شود و به آن ارزش دهد تا تولیدکنندگان و ارائه دهندگان خدمات ورزشی دلگرم شوند و با بهبود کیفیت محصولات خود زمینه را برای صادرات محصولات شان فراهم آورند. در زمینه توسعه نیروی انسانی نیز می توان گفت سازمان ها ورزشی برای بقای خود مجبور به استفاده از پتانسیل ها و شایستگی های پرسنل و نیروی انسانی خود برای بدست آوردن مزیت رقابتی می باشند. با نگاهی دقیق در این زمینه و مقایسه با کشورهای پیشرفته می توان دریافت که علت رشد و توسعه آنها، نیروی انسانی توانمند و کارا می باشد.

در این تحقیقی یکی دیگر از نتایج نشان داد توسعه علمی و پژوهشی و توسعه نهادی، ساختاری و مالکیت به عنوان عوامل مستقل اقتصادی در صنعت ورزش نقش دارند. بابت توسعه علمی و پژوهشی می توان اذعان کرد دانش و فناوری از مهمترین و اصلی ترین ارکان توسعه به شمار می رود و اقتصاد پایدار عمدتاً بر اساس دانش پایه گذاری می شود. در زمینه توسعه صنعت ورزش در کشورمان نیز وزارت صنعت، معدن و تجارت به بحث ورزش به خصوص توسعه آن بر اساس اصول علمی توجه ویژه دارد. برای رسیدن به این اهداف نیز می توان از مراکز پژوهشی کشور و همچنین همکاری بیشتر با پژوهشگران حوزه مدیریت ورزشی کمک گرفت. در زمینه توسعه نهادی، ساختاری و مالکیت به عنوان یک عامل در صنعت ورزش می توان به بحث خصوصی سازی و سیاست های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی که توسط مقام معظم رهبری در سال ۱۳۸۴ ابلاغ گردید، رجوع کرد، زیرا با هدف اصلاحات ساختاری صورت گرفت و اهداف آن سرعت دادن به رشد و توسعه بخش های اقتصادی، گسترش مالکیت عمومی، ارتقای کارایی و اثربخشی، افزایش رقابت پذیری، افزایش سهم بخش خصوصی در اقتصاد و کاهش بار مالی بر بدنه دولت می باشد. بنابراین می توان گفت خصوصی سازی یکی از اجزای برنامه های اصلاحات ساختاری است که با هدف دستیابی به بهره وری بیشتر بنگاه ها در سطح اقتصاد خرد و رسیدن به توسعه اقتصادی در بحث اقتصاد کلان می باشد. در صنعت ورزش نیز می توان با کاهش تصدی گری نهادهای دولتی و سیاسی، رفع موانع خصوصی سازی،

آینده نگاری پیش‌رانه‌های اقتصادی صنعت ورزش ایران

افزایش نهادهای حمایتی سازمان‌یافته در صنعت ورزش، توسعه نظام باشگاه‌داری حرفه‌ای، رفع مشکلات عمده حقوقی در زمینه کپی رایت و ... زمینه توسعه صنعت ورزش را فراهم آورد.

بخش پایانی یافته‌های این پژوهش متغیرهای تاثیرگذار و تاثیرپذیر (توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن و توسعه رسانه‌ای) بود. در بحث توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن به عنوان یک عامل دو وجهی می‌توان گفت ارائه‌دهندگان خدمات ورزشی باید تعداد هوادارانی را که در بازی‌ها حضور پیدا می‌کنند، حفظ یا افزایش دهند. اگرچه حمایت مالی و فروش کالا برای بسیاری از ورزش‌های حرفه‌ای درآمد قابل توجهی ایجاد می‌کند، درآمد حاصل از فروش بلیط‌های فصل تماشاگران همچنان جریان درآمدی ضروری را برای تیم‌ها در بسیاری از مسابقات ورزشی حرفه‌ای به همراه دارد. از این رو، مفاهیم مدیریت خدمات "حفظ مشتری" و "فصد خرید مجدد" به طور فزاینده‌ای برای مدیریت موفق سازمان‌های ورزشی حرفه‌ای ارتباط دارد. در بیشتر بخش‌های خدماتی، پذیرفته شده است که نیت رفتاری مثبت (مانند خرید مجدد و توصیه شفاهی) می‌تواند با بهبود کیفیت خدمات افزایش یابد. با این حال، در تلاش برای حفظ مشتریان فعلی (و جذب مشتریان جدید)، ارائه‌دهندگان ورزش‌های حرفه‌ای نمی‌توانند به سادگی به بهبود کیفیت خدمات به عنوان یک دارو در همه شرایط تکیه کنند. با توجه به این موارد می‌توان گفت توسعه هوادارن باعث حضور تماشاگران در ورزشگاه‌ها و بهره‌مندی تیم‌ها از آنها و همچنین استفاده از مزیت میزبانی می‌شود که همواره نقش مهمی در موفقیت تیم‌ها داشته است. بنابراین حضور تماشاگران در ورزشگاه‌ها نه تنها به ورزشکاران و تیم‌های ورزشی برای ارائه بازی‌های جذاب و مهیج کمک می‌کند، بلکه می‌تواند نقش موثری در درآمدزایی باشگاه‌ها، جلب حامیان مالی، توجه رسانه‌ها و حق پخش بازی‌ها و در نهایت ایجاد کیفیت مسابقات ورزشی داشته باشد. این اتفاقات باعث می‌شود باشگاه‌های ورزشی که در صنعت ورزش فعالیت دارند در تمامی بخش‌ها به‌خصوص بخش اقتصادی خودکفا شوند و زمینه توسعه بیشتر صنعت ورزش را فراهم آورند. در بخش توسعه رسانه‌ای به عنوان یک عامل دو وجهی نیز می‌توان گفت توسعه و افزایش منابع مالی در ورزش بر اثر تعامل با رسانه‌های گروهی است و اقتصاد و ورزش به مدد رسانه‌ها با یکدیگر در تعامل هستند و باعث تجاری‌شدن ورزش شده اند. دلیل آن نیز این است که ورزش به‌خصوص در کشورهای توسعه‌یافته به عنوان یک صنعت مهم و عامل اثرگذار در رشد اقتصادی مورد توجه می‌باشد و با در اختیار داشتن عامل محرکی همچون مسابقات بزرگ ورزشی و امکان بهره‌مندی از فرصت‌های تبلیغاتی در رسانه‌ها موجب ایجاد بستر لازم برای تعامل بین صنعت، تجارت و ورزش شده است. بنابراین بهره‌گیری ورزش از رسانه‌ها سبب استقبال بی‌سابقه جامعه از ورزش شده است. این اتفاق می‌تواند باعث روانه شدن پول‌های زیادی در صنعت ورزش شود که در طولانی مدت باعث رشد و توسعه آن گردد (رضایی و صالح‌پور، ۱۳۹۷).

به‌طور کلی می‌توان گفت ورزش و تفریحات سالم به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین و پردرآمدترین صنایع در قرن ۲۱، به‌طور مستقیم و غیرمستقیم در توسعه اقتصادی کشورهای جهان نقش دارند (رستم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳). آثاری چون تولید کالاها و خدمات ورزشی، صادرات و واردات، هزینه‌های خانوار، ایجاد اماکن و تسهیلات، تبلیغات، مشارکت در بورس، پوشش رسانه‌ای، اشتغال، جذب گردشگر و حامیان مالی در زمره تأثیرات مستقیم اقتصادی ورزش قرار می‌گیرند و تأثیرات غیرمستقیم اقتصادی آن نیز در زمینه‌هایی چون ارتقای سطح سلامت جامعه، کاهش هزینه‌های درمان و به تبع آن توسعه برنامه‌های ملی سلامت، کاهش بزه‌کاری‌ها، کاهش غیبت کارکنان و افزایش عملکرد و بهره‌وری آنها و در نتیجه، رشد و توسعه اقتصاد است. این موارد نشان می‌دهد توسعه صنعت ورزش سهم قابل توجهی در تولید ناخالص داخلی کشورها دارد و می‌تواند موجب ارتقای جایگاه این صنعت در بین صنایع دیگر شود. بنابراین تمام تلاش‌های دست‌اندرکاران ورزش و دولتمردان کشور باید در جهت رشد و توسعه صنعت ورزش باشد.

پیشنهاد می‌شود در راستای توسعه اقتصادی ورزش، ابتدا رشته اقتصاد ورزش در دانشگاه‌ها ایجاد شود تا از این طریق تعداد متخصصان در این حوزه بیشتر شود و به طبع آن با تشویق و ترغیب سازمان و شرکت‌ها به سرمایه‌گذاری در ورزش و توسعه زیرساخت‌های آن، علاوه بر تغییر سبک زندگی مردم برای پرداختن به ورزش موجبات توسعه اقتصاد ورزش فراهم آید.

منابع

- حاجبانی، ابراهیم. (۱۳۹۱). مبانی، اصول و روش‌های آینده‌پژوهی. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- خیرگو، منصور و شکری، زینب. (۱۳۹۰). «توسعه فرایند سیاست‌گذاری با استفاده از راهبرد آینده‌نگاری». فصل‌نامه علمی-پژوهشی مدیریت نظامی. سال ۱۱، شماره ۴۲، صص ۱۰۳-۱۲۶.
- رستم‌زاده، پرویز؛ صادقی، حسین؛ عساری، عباس و یآوری، کاظم. (۱۳۹۳). «اثر سرمایه‌گذاری دولت در بخش ورزش بر رشد اقتصادی در ایران». پژوهش‌های اقتصادی (رشد و توسعه پایدار). ۱۴ (۴)، صص ۱۷۷-۲۱۰.
- رضایی، شمس‌الدین و صالحی‌پور، مژگان. (۱۳۹۷). «تحلیل عوامل موثر بر توسعه صنعت ورزش ایران با رویکرد داده‌بنیاد». مدیریت منابع انسانی در ورزش. ۶ (۱)، صص ۸۹-۱۰۷.
- کلاشی، مازیار؛ حسینی، سیدعماد و رجایی، محمدهادی. (۱۳۹۵). «اثر مخارج ورزشی دولت و خانوار بر تولید ناخالص داخلی در ایران». نشریه مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۳۸، صص ۱۶۵-۱۸۲.
- Jalayee, S. A., Bakhshandeh, H., Esmaili, M., & Rasooli, M. (2018). "The Role of Human Resources in the Economic Growth of Irans Sports Industry". Sport Management Studies, 10(48), 67-88. doi: 10.22089/smrj.2017.3624.1730
- emami, A., emami, F., afshari, M. (2022). "The effects of investment development on the economic empowerment of Iran's sports industry: An Exploratory study". Strategic Studies on Youth ans Sports, 21(56), 229-254. doi: 10.22034/ssys.2022.1522.2113
- Esmailpour Bariki E, Shojaei V, Hami M. (2022). "Future Study of Iranian educational sportFactors affecting the development of educational sports in Iran with a futures study approach". 3; 9 (35):179-192.
- Ahmadi, A. (2019). "Toddlers (startups) in the field of sports". the fifth national conference of the Iranian Sport Management Association, Tehran. ([Persian]).

- Amini, M., Atghia, N., Norouzi Seyed Hosseini, R. (2020). **"Identifying Components and Levels of Knowledge-Based Economy in Sport (A Qualitative approach)"**. Sport Management Studies, 12(60), 41-60. (Persian).
- Mohamadi Askarabadi, M., eydi, H., & Abbasi, H. (2020). **"Thematic Analysis of Factors Affecting the Development of Iran's Sport Economy"**. Sport Management and Development, 9(4), 20-35. doi: 10.22124/jsmd.2020.4113
- Fernando Castelló-Sirvent, Carlos Meneses-Eraso. (2022). **"Research Agenda on Multiple-Criteria Decision-Making: New Academic Debates in Business and Management"**. Axioms 11:10, pages 515. Crossref
- Flegr, S., & Schmidt, S. L. (2022). **"Strategic management in eSports—a systematic review of the literature"**. Sport Management Review, 25(4), 631-655.
- razawi, M., & freydoni, M. (2023). **"Economic policy model of Iranian football clubs"**. Sport Management Studies, (), -. doi: 10.22089/smrj.2021.9604.3226
- Bandura, A., & Hall, P. (2018). **"Albert bandura and social learning theory"**. Learning Theories for Early Years Practice, 63.
- Bryder, K., Malmborg-Hager, A., & Söderlind, E. (2016). **Virtual Business Models: Entrepreneurial Risks and Rewards**. Woodhead Publishing.
- Chan, J. K. L., & Quah, W. B. (2012). **"Start-up factors for small and medium-sized accommodation businesses in Sabah, Malaysia: Push and pull factors"**. Asia pacific journal of tourism research, 17(1), 49-62.
- Coates, J., Durance, P., & Godet, M. (2010). **"Strategic foresight issue: introduction"**. Technological Forecasting and Social Change, 77(9), 1423-14
- Conway, Maree (2005). **"Strategic Planning Revisited: A Futures Perspective"**. World Futures Society Annual Conference.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2008). **"Strategies for qualitative data analysis. Basics of Qualitative Research"**. Techniques and procedures for developing grounded theory, 3.
- De Waal, A. A. (2007). **"The characteristics of a high performance organization"**. Business Strategy Series, 8(3), 179-185.
- Dehghanpour, H., Kashef, S., Khodadadi, M. (2019). **"Modeling the organizational and human factors of knowledge management maturity aligned with business in sport of Iran"**. Journal of Sport Management, 11(2), 291-303. (Persian).
- Farshian, R., Ranjbarali, N. (2015). **"Examined the role of government support from new startup businesses in the motivational process of entrepreneurship"**. Annual management conference and business economy, Tehran. (Persian).
- Kafshdooz Mohammadi, F., Hosseininia, G., Meiguonpoory, M., Vazifehdust, H. (2021). **"Scientometrics and presenting the Future Research Path to the Development of Startup Business Ecosystems"**. Scientometrics Research Journal, 7(14), 51-76. (Persian).
- Kavetsos, G., & Szymanski, S. (2010). **"National well-being and international sports events"**. Journal of economic psychology, 31(2), 158-171.
- Kozechian, H., Ehsani, M., Azimzadeh, S., Kordnaeij, A., Pitts, B. (2014). **"A model for small and medium-sized sport enterprises start-up"**. Sport Management and Development, 3(1), 51-68. (Persian).
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). **"Establishing trustworthiness"**. Naturalistic inquiry, 289(331), 289-327.
- North, D. C. (2005). **"The contribution of the new institutional economics to an understanding of the transition problem"**. In *Wider perspectives on global development* (pp. 1-15). Palgrave Macmillan, London.
- Salamzadeh, A., & Kawamorita Kesim, H. (2015). **Startup companies: Life cycle and challenges. In 4th International conference on employment, education and entrepreneurship (EEE)**. Belgrade, Serbia.
- Salimi, F., Reyhani, M. (2019). **"Examined the legal protection of sports boat in the legal system of Iran"**. the third National Congress of the Achievements of Sport and Health Sciences, Rasht. (Persian).

- Spender, J. C., Corvello, V., Grimaldi, M., & Rippa, P. (2017). **“Startups and open innovation: a review of the literature”**. European Journal of Innovation Management.
- Welter, F., & Smallbone, D. (2011). **“Institutional perspectives on entrepreneurial behavior in challenging environments”**. Journal of Small Business Management, 49(1), 107-125.
- Pérez-Pérez, M., Bedia, A. M. S., López-Fernández, M. C., & García-Piqueres, G. (2018). **“Research opportunities on manufacturing flexibility domain: A review and theory-based research agenda”**. Journal of Manufacturing Systems, 48, 9-20.
- Wikner, J., & Bäckstrand, J. (2018). **“Triadic perspective on customization and supplier interaction in customer-driven manufacturing”**. Production & Manufacturing Research, 6(1), 3-25.