

آینده نگاری پیشران های اقتصادی صنعت ورزش ایران

۱. علیرضا ناصحی. ۲. فرشاد امامی*. ۳. سید جعفر موسوی. ۴. سجاد غلامی ترکسلویه

(۱) دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد آیت اله آملی، دانشگاه آزاد اسلامی، آمل، ایران.

(۲) گروه مدیریت ورزشی، واحد آیت اله آملی، دانشگاه آزاد اسلامی، آمل، ایران.

(۳) گروه مدیریت ورزشی، واحد قائمشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، قائمشهر، ایران.

(۴) گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، موسسه آموزش عالی آپادانا، شیراز، ایران.

Doi: ۱۰,۲۲۰۳/ssys.۲۰۲۳,۲۸۴۳,۳۰۷۱

Forecasting the economic drivers of Iran's sports industry

۱. A;ireza Nasehi. ۲. Farshad Emami. ۳. Seyedjafar moosavi. ۴. Sajad gholami torkesaluye

۱. PhD Student in Sports Management, Ayatollah Amoli Branch, Islamic Azad University, Amol, Iran
۲. Department of Sports Management, Ayatollah Amoli Branch, Islamic Azad University, Amol, Iran
۳. Sports Management Department, Qaimshahr Branch, Islamic Azad University, Qaimshahr, Iran.
۴. Department of Physical Education and Sports Science, Apadana Institute of Higher Education, Shiraz, Iran.

چکیده

هدف از پژوهش حاضر شناسایی پیشران های اقتصادی صنعت ورزش ایران بود. پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی، از نظر روش پیمایشی بود. جامعه آماری تحقیق را کلیه استاتید دانشگاهی تشکیل دادند که در زمینه اقتصاد و بازاریابی ورزشی از دانش لازم برخوردار بودند. روش نمونه گیری هدفمند بود. در نهایت ۱۳ مصاحبه با خبرگان انجام شد که بعد از مصاحبه ۱۱ تحقیق به اشباع نظری رسید و اطلاعات جدیدی از مصاحبه ها به دست نیامد. برای جمع آوری داده ها در بخش کیفی از مصاحبه با متخصصان و برای تحلیل اثرات متقابل از پرسشنامه ماتریسی محقق ساخته براساس یافته های کیفی استفاده شد. در پردازش داده ها در بخش اول مطالعه از تکنیک دلفی و در بخش دوم مطالعه از تحلیل اثرات متقابل با نرم افزار میک مک استفاده شد. بر این اساس پیشران های مؤثر، با بهره گیری از روش تحلیل ساختاری و استفاده از نرم افزار میک مک شناخته شدند و مشخص شده است که تعداد ۹ آینده ساز و پیشران نظیر توسعه امکانات و زیرساخت ها، توسعه و گسترش شبکه های اجتماعی، توسعه حقوقی و قانونی، توسعه بنگاه های صادرات تولیدات ورزشی، توسعه نیروی انسانی، توسعه علمی و پژوهشی، توسعه نهادی، ساختاری و مالکیت، توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن، توسعه رسانه ای بیشترین تأثیرگذاری را بر صنعت ورزش کشور دارند. به عنوان نتیجه گیری می توان گفت با همکاری نهادهای سیاسی، تبلیغات بیشتر و طرح های حمایتی و تشویقی شاهد توسعه صنعت ورزش باشیم.

واژه های کلیدی: آینده پژوهی، تکنیک دلفی، توسعه امکانات، بازاریابی ورزش

Abstract:

The purpose of the current research was to identify the economic drivers of the Iranian sports industry. The current research is practical in terms of purpose, and it is a type of survey method. The statistical population of the research who were selected based on purposive sampling was among all specialists and experts who had the necessary knowledge in the field of economics and sports marketing. Finally, ۱۳ interviews were conducted with experts, and after conducting ۱۱ interviews, the research reached theoretical saturation and no new information was obtained from the interviews. For collecting qualitative data, interviews with experts were conducted while for analyzing mutual effects, a researcher-made matrix questionnaire was used. For the first part of data processing, the Delphi technique was used and cross-analysis with Micmac software was used for the second part of the study. In data processing, the structural analysis method and the use of Mic Mac software were implemented. The results determined that nine future makers and drivers have the most effects on the country's sports industry, namely the development of facilities and infrastructures, development and expansion of social networks, legal development, development of sports products export companies, development of human resources, scientific and research development, institutional, structural and ownership development, development of fans and the resulting income, media development. In conclusion, the sports industry can be developed through the cooperation of political institutions, more advertisements, and support and encouragement plans.

Keywords: Futurology, Delphi technique, Facilities development, Sports marketing.

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 بیشمار دیگری وابسته به رشد و توسعه اقتصادی یک کشور می باشد (صالحی و همکاران، ۱۳۹۹). امروزه یکی از ابزارهای مهم برای بهبود شاخص‌های توسعه یافتگی کشور، بهره‌گیری از اقتصاد ورزش است. ورزش نه تنها در سطح ملی یک صنعت درآمدزاست، بلکه می‌تواند به توسعه اقتصادهای محلی و کوچک کمک بسیار فراوانی کند (کولسوس و سایمانسکی^۱، ۲۰۱۰: ۱۶۳). در واقع ورزش و تفریحات سالم به عنوان یک صنعت پیش‌رو، 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 انسان‌ها در انتخاب شغل و نوع زندگی، بی‌نیازی در انجام کارهای طاقت‌فرسای جسمی، صرفه‌جویی در وقت انسان‌ها و تسلط بر طبیعت از طریق پیشرفت فناوری، شکوفایی استعدادها در زمینه‌های 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 پیش‌بینی و برنامه ریزی وضعیت اقتصادی در آینده از آینده‌نگاری استفاده می‌کنند. واژه آینده‌نگاری به صورت گسترده‌ای بکار می‌رود. این واژه بیانگر طیف وسیعی از رویکردهایی است که باعث بهبود فرآیند تصمیم‌گیری می‌شوند (ناظمی، ۱۳۹۰، ۹۲). رویکردهایی که تفکر در مورد آینده بلندمدت را به همراه دارند و به همان میزان هم به فرآیند تصمیم‌گیری راهبردی و برآوردهای هوشمندانه توجه دارند. این فرآیند درعین حال به شبکه‌سازی نیز می‌پردازد. واقعیت آن است که آینده‌نگاری نیز همانند بسیاری از دانش‌های جدید، دانشی بین رشته‌ای یا چند رشته‌ای است. از اینرو از هر یک از دانش‌های سازنده آن، آموزه‌هایی در این مفهوم نوپدید به اشتراک گذاره است. در ساده‌ترین حالت آینده‌نگاری حاصل تلاقی و همگرایی سه دسته از مفاهیم یا حوزه‌های مختلف است که عبارت‌اند از: ۱- برنامه‌ریزی یا برنامه‌ریزی راهبردی^۲ - ۲- آینده‌پژوهی^۳ - ۳- شبکه‌سازی یا توسعه‌ی سیاست^۴ (اسماعیل‌پور و همکاران، ۱۴۰۰).

در پی آشکار شدن روزافزون اهمیت ورزش، کشورهای مختلف جهان در حال بررسی تأثیرات 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 سرمایه‌های مالی به بازارهای داخلی از طریق برگزاری مسابقات ورزشی در سطح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی در زمره آثار اقتصادی مستقیم صنعت ورزش قرار می‌گیرند. آثار غیرمستقیم نیز در زمینه‌هایی همچون افزایش سطح سلامتی و تندرستی در میان افراد جامعه، کاهش هزینه‌های بهداشتی و درمانی و به تبع آن توسعه برنامه‌های ملی سلامت، کاهش بزهکاری، افزایش سطح بهره‌وری اقتصادی در بخش‌های تولیدی و خدماتی قرار دارند. در میان آثار مستقیم اقتصادی مذکور می‌توان ایجاد فرصت‌های شغلی را از مهم‌ترین آثار اقتصادی ورزش و سایر صنایع به شمار آورد (قدیری علمداری، ۱۳۹۴). بنابراین امروزه دولت‌ها برای برنامه‌ریزی بهتر و سیاست‌گذاری پربازده تر از روش‌های پیش-بینی کننده در توسعه اقتصادی و اجتماعی استفاده می‌کنند. ورزش و نقش تعیین کننده آن در توسعه و پیشرفت اقتصادی اثبات شده است (سیرونت و اراستو^۵، ۲۰۲۲). آنچه اهمیت بالایی برای رشد اقتصادی دارد، شناسایی عوامل موثر بر رشد اقتصادی در صنعت ورزش موضوع مورد اهمیت پژوهشگران حوزه‌ی علوم ورزش بوده است، به طوری که محمدی عسکریآبادی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهش تحلیل تماتیک عوامل موثر بر توسعه اقتصاد ورزش ایران پرداختند. بر

۱. Kavetsos & Szymanski

۲. Planning or strategic planning

۳. future research

۴. Networking or policy development

۵. Sirvent & Eraso

اساس نتایج گزارش شده از مصاحبه‌های عمیق و مقوله‌بندی آنها، توسعه ورزش، عوامل تجاری اقتصادی، فعالیتهای تجاری، الزامات حقوقی- حمایتی، الزامات مدیریتی و میزبانی رویدادهای بین المللی به عنوان شش مقوله مؤثر در توسعه اقتصاد ورزش ایران شناسایی و استخراج گردید. امامی و همکاران (۱۴۰۱) به بررسی عوامل مؤثر بر توسعه سرمایه گذاری بر توانمندسازی اقتصادی صنعت ورزش ایران پرداختند. سیاست گذاریهای اقتصادی در راستای ایجاد فضای باز و مبتنی بر آزادسازی اقتصادی به منظور دستیابی به بازارهای جدید، سرمایه‌های خارجی و فناوری نوین تعریف شود و اقداماتی در راستای افزایش ثبات اقتصادی صورت پذیرد، ریسک سرمایه‌گذاری کاهش خواهد یافت و به تبع آن، جریان سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در صنعت ورزش کشور افزایش خواهد یافت. توسعه سرمایه گذاری منجر به توسعه رفتار مصرف کنندگان ورزشی و دسترسی بهتر به بازار فروش و مواردی از این دست گردد. همچنین با تاکید بر توانمندسازی ظرفیت های ورزشی داخلی، تسهیل فرآیندهای گرفتن مجوزها و روند تولید زمینه رشد اقتصادی را در صنعت ورزش ایران فراهم کنند. رضوی و فریدونی (۱۴۰۱) بیان داشتند، سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌های اقتصادی باشگاه‌های فوتبال بایستی مبتنی و به واسطه نیروی انسانی متخصص و براساس اهداف استراتژیک باشگاه تدوین شود تا بار مالی ناشی از فعالیتهای فعلی را روی هزینه‌های آتی کاهش دهد. این در حالی است که پژوهش‌هایی با روش آینده‌پژوهشی به ندرت در حوزه ورزش رقم خورده است، از جمله به روز ترین پژوهش‌ها، اسماعیل‌پور باریکی و همکران (۱۴۰۰) در آینده پژوهشی خود، سیاست‌های مراکز آموزشی، ارزیابی مستمر راهبردهای عملیاتی، فعالیتهای پژوهشی، منابع انسانی متخصص، استانداردسازی سازه‌های ورزشی، مراکز تصمیم‌گیری فناوری ارتباطات و اطلاعات^۱ محور، بوروکراسی زدایی، جهت‌دهی خیران به سمت ورزش تربیتی، معماری اماکن و فضاهای ورزشی، سبک زندگی، تورم، ظهور فن‌آوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی، اقتصاد خانواده‌ها، قیمت زمین و مصالح و تأسیسات بیشترین نقش را در وضعیت آینده ورزش تربیتی کشور ایفا می‌کنند. جلائی و همکاران (۱۳۹۷)، سرمایه‌انسانی را به عنوان نقش محوری و اساسی در فراهم آوردن زمینه مناسب برای رشد اقتصادی معرفی کرده اند، همچنین پیش شرط این سرمایه‌گذاری را استفاده از آخرین دستاوردهای علمی و منطبق با نیازهای جامعه عنوان کرده 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 هزینه‌های ورزشی دولت و خانوار (با فرض ثابت‌بودن سایر متغیرهای کنترلی)، برابر با ۰/۲۹ درصد افزایش در تولید ناخالص داخلی کشور است. نظری قنبری و صابونچی (۱۳۹۳) به بررسی نقش آموزش و سرمایه‌انسانی در رقابت‌پذیری اقتصادی ورزش استان‌های غرب کشور پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان داد که ورزش استان‌های غرب کشور، به لحاظ رقابت‌پذیری اقتصادی و شاخص سرمایه‌انسانی قدرت کافی ندارند. آنها بیان کردند که ضعف آموزش و نیروی انسانی در این استان‌ها از عوامل رکود رقابت‌پذیری اقتصادی ورزش است. ژنگ و ماسون^۲ (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 داد، توسعه این عوامل پیش زمینه‌ای برای توسعه اقتصاد از طریق ورزش خواهد بود. هایدوک و واکر^۳ (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 برور است 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 متاثر می‌گردد. در

۱. Information and Communication Technology

۲. Zheng & Mason

۳. Hayduk & Walker

این راستا، در آینده ورزش، شکلها و ابعاد تغییر و توسعه یافته‌ای از هواداری ورزش، حامی‌گری، تحولات دیجیتالی رسانه‌ها، ورزش‌های الکترونیکی، تغییر رفتار مصرف کنندگان ورزشی، هیات‌های اداره کننده ورزش، رویدادهای ورزشی، ورزشکاران، را شاهد خواهیم بود که می‌بایست 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، هیات‌های مدیریت کننده ورزش، همواره می‌بایست این روندها و تحولات را پیش‌بینی نموده و خود را برای مقابله با آنها مهیا سازد. از این رو است که توجه به این صنعت همواره مورد توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان بوده است. اما جهت بهره‌مندی حداکثری از مزایای این صنعت، همانگونه که در مطالعه قبل نیز تصدیق شد، 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 به روز و نظاممند مورد بررسی و تصویرسازی قرار گرفته و در راستای نیل به آن آینده، برنامه‌ها و سازوکارهای اجرایی را تدوین نمود. در این راستا، پژوهش حاضر با درک اهمیت این موضوع به آینده نگاری 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 سازمان‌های که چشم‌انداز محور هستند، بهتر از دیگر سازمان‌ها می‌باشد (دی وال^۱، 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 آینده نگاری اهمیت دو چندان پیدا می‌کند. آینده نگاری در اصل برای واکنش به این محیط رقابتی 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، آینده نگری و ترسیم خطوط حرکت آتی است (کوتز و همکاران^۲، ۲۰۱۰). آینده نگاری فرایند تلاش سیستماتیک برای نگاه به آینده بلند مدت علم، تکنولوژی، محیط زیست، اقتصاد و اجماع است که با هدف شناسایی تکنولوژی‌های عام نوظهور و تقویت حوزه‌های تحقیقات استراتژیکی است که احتمالاً بیشترین منافع اقتصادی و اجتماعی را به همراه دارند. از اینرو یکی از مهم‌ترین چالش‌های ورزش ایران به ویژه صنعت ورزش، همواره عدم برخورداری از برنامه‌ها و خطوط ترسیم شده راهبردی برای آتی است. در این راستا، 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 پیش‌بین آینده و تعیین وضعیت‌های آتی ورزش کشور و ترسیم برنامه‌های راهبردی جهت نیل به آن بوده است. در این راستا، تحقیق حاضر، در نظر دارد تا به آینده نگاری پیشران‌های اقتصادی در صنعت ورزش ایران بپردازد و مشخص کند پیشران‌های اقتصادی در صنعت ورزش ایران کدامند؟

روش‌شناسی

پژوهش حاضر با توجه به ماهیت آن و افقی که برای برنامه‌ریزی در نظر گرفته شده است مبتنی بر رویکرد آینده‌پژوهی است که از لحاظ هدف کاربردی، از نظر روش پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق کلیه اساتید دانشگاه بودند که در زمینه اقتصاد و بازاریابی ورزشی از دانش و تجربه لازم برخوردار بودند. روش نمونه‌گیری در این پژوهش به صورت غیر احتمالی به روش هدفمند است. بر این اساس از یک گروه اولیه که بر اساس قضاوت ذهنی و هدفمند انتخاب شدند،

۱. De Wall

۲. Coates

خواسته شد تا متخصصان مربوطه را معرفی کنند. جهت جمع‌آوری داده‌های کیفی پژوهش از مصاحبه‌های عمیق و نیمه ساختارمند استفاده گردید. در این راستا، ابتدا راهنمای مصاحبه برای افراد ارسال گردید که در برگیرنده عنوان، اهداف و سؤال کلی مصاحبه بود تا با مصاحبه شونده‌ها 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 حجم نمونه مشخص شد. 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. 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 شد. داده‌های کیفی مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته، بر اساس روش تحلیل مضمون برون و کلارک (۲۰۰۶) شناسایی و سپس براساس تکنیک دلفی مقولات استخراج شده وزن دهی شدند. بر همین اساس، پس از مشخص شدن شاخص‌ها و مؤلفه‌های تأثیرگذار بر اقتصاد صنعت ورزش کشور، با استفاده از 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 نرم افزار میک‌مک برای تفهیم و تبیین پیشران‌های اقتصادی صنعت ورزش کشور استفاده شد. روش میک‌مک برای انجام محاسبه‌های سنگین ماتریس اثرات متقاطع طراحی شده است. فرآیند این روش این گونه است که ابتدا متغیرها و مؤلفه‌های 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 شد. 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 میک‌مک 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.

یافته‌ها

در جدول شماره یک ویژگی‌های فردی نمونه‌های تحقیق ارائه شده است.

جدول ۱- وضعیت جمعیت شناختی نمونه‌ها

درصد	فراوانی	گروه‌ها	
۳۹/۷۷	۴	زن	جنسیت
۶۹/۲۳	۹	مرد	
۱۵/۳۸	۲	۳۶ تا ۴۰	سن
۵۳/۸۵	۷	۴۱ تا ۴۵	
۳۹/۷۷	۴	بیش از ۴۵ سال	

۷/۶۹	۱	کمتر از ۱۰ سال	سابقه کار
۵۳/۸۵	۷	۱۱ تا ۱۶	(به سال)
۳۸/۴۶	۵	بیشتر از ۱۶	

در جدول شماره ۲ کدهای باز و همچنین عوامل استخراج شده از متن مصاحبه ها به تفکیک ذکر شده است.

جدول ۲- کدهای استخراج شده از مصاحبه ها

عامل ها	کدهای باز
توسعه امکانات و زیرساخت ها	تدوین استاندارد های 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 اکثرا 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 بنگاههای صادرات 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 کردن 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 بکارگیری 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 ارتقا 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 مسایل اقتصادی در ورزش. افزایش مشارکت در زمینه های پژوهشی با سایر رشته های مالی. انجام پروژه های مشترک در زمینه بازاریابی و ورزشی با نهادهای مربوطه.
توسعه نهادهای ساختاری و مالکیت	ایجاد ساز و کارهای لازم جهت تدوین استراتژی های بلند مدت 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 باشگاه های ورزشی کشور که دارای مجوزهای حرفه ای می باشند. افزایش نهادهای که از صنعت ورزش حمایت می کنند.

توسعه نظام باشگاه داری حرفه ای در ورزش کشور. عدم توجه یا توجه محدود باشگاهی ورزشی کشور به بحث توسعه ورزش در سطوح پایه. توسعه نظام باشگاه داری حرفه ای در ورزش کشور.	
افزایش سرانه درآمد ملی. بوجود آوردن روش های مناسب و منطقی قیمت گذاری. افزایش کیفیت محصولات و خدمات ورزشی. مدیریت مناسب در برگزاری رویدادهای ورزشی در کشور. حضور همه اقشار جامعه بخصوص 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. بوجود آوردن تقاضا خرید برای مشتریان از طریف رسانه ها. 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 باشگاه های ورزشی. خصوصی سازی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران. ایجاد شبکه های تلویزیونی خصوصی.	توسعه رسانه ای

تأثیرگذاری و تأثیرپذیری مستقیم متغیرها

همانگونه که در جدول ۳ مشاهده می شود 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 است که دلیل آن تأثیر و ارتباط گسترده متغیرهای اقتصادی تأثیرگذار صنعت ورزش است.

جدول ۳- داده های 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 پنگاه های صادرات تولیدات ورزشی	۱	۰	P	۱	۲	۲	۱	۰	۱
توسعه و گسترش شبکه های 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 رسانه ای	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 شاخص های آماری با چهار بار چرخش دادهای از مطلوبیت و بهینه شدگی ۱۰۰ درصد برخوردار بوده است. در ادامه برای شناسایی بیشتر پیشرانها و عوامل مؤثر به بررسی تأثیرگذاری و تأثیرپذیری مستقیم و غیرمستقیم متغیرها پرداخته خواهد شد (جدول ۴ و ۵).

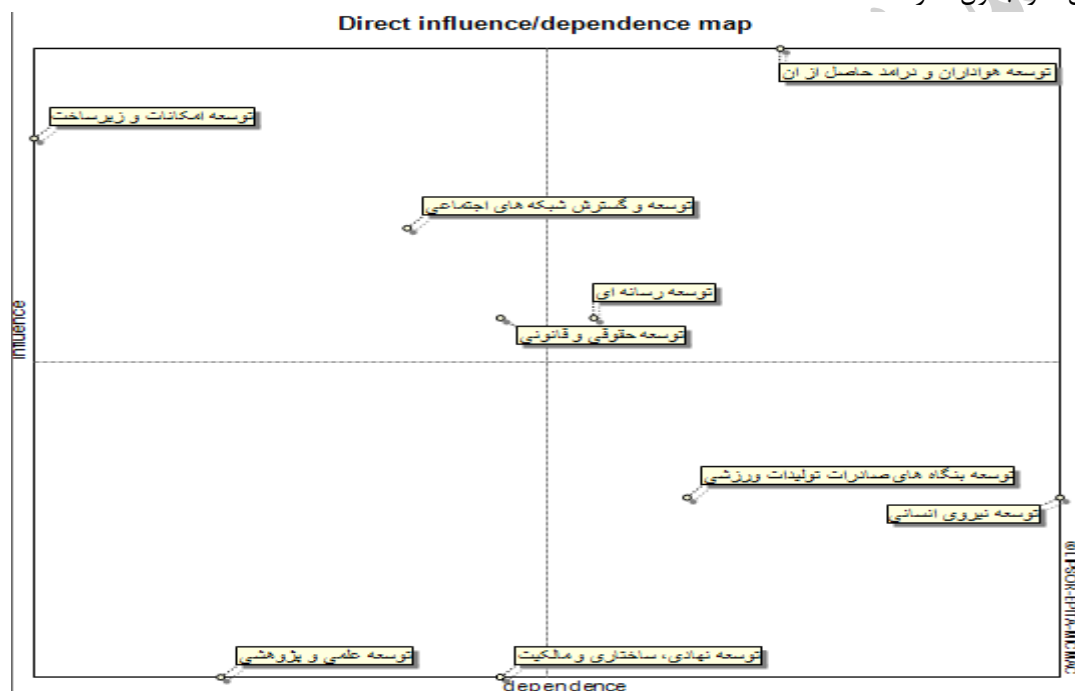
جدول ۴- تحلیل اولیه داده های ماتریس

شاخص	ابعاد	تعداد تکرار	تعداد صفرها	تعداد یک	تعداد دو	تعداد سه	تعداد P	جمع	درجه پرشدگی
مقدار	۹	۴	۲۲	۳۱	۱۹	۵	۴	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 زیرساخت‌ها؛ توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی و توسعه حقوقی و قانونی سه متغیر اقتصادی تأثیرگذار در صنعت ورزشی کشور می‌باشند. متغیرهای توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن و متغیر توسعه رسانه ای متغیرهای دوجبهی یعنی هم تأثیرگذار و تأثیرپذیر شناسایی شدند. متغیرهای توسعه بنگاه‌های 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.

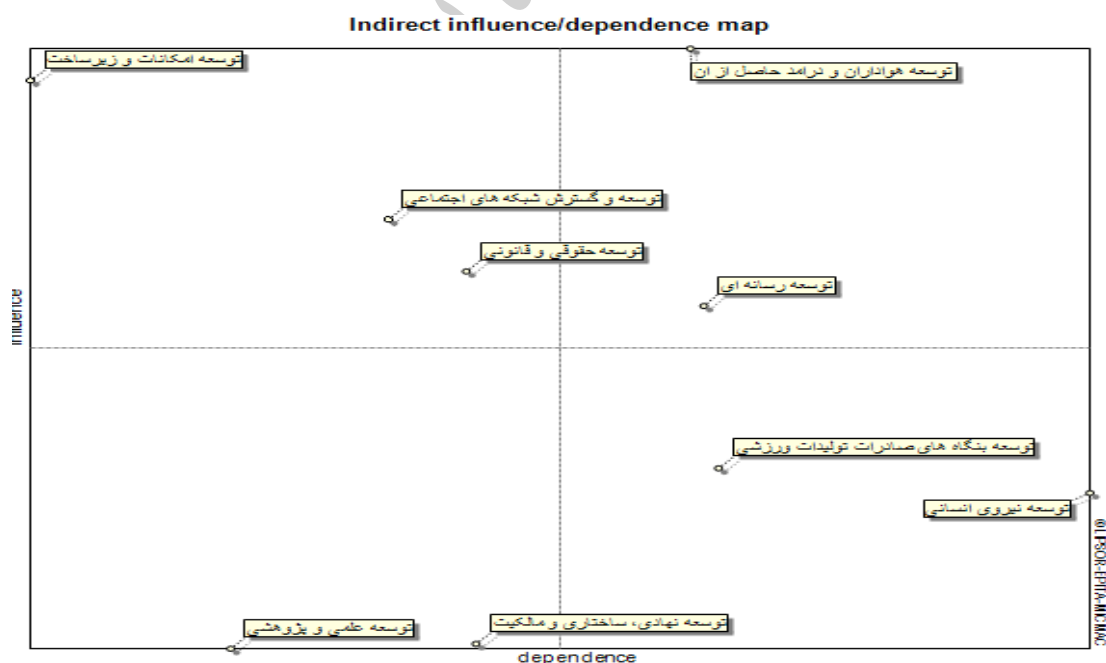
جدول ۶- وضعیت تأثیرگذاری و تأثیرپذیری عوامل و متغیرهای اقتصادی بر صنعت ورزش کشور

عامل	مجموع سطر	مجموع ستون
------	-----------	------------

متغیرهای تاثیر گذار	۱.	توسعه امکانات و زیرساخت ها	۲۱	۴
	۲.	توسعه و گسترش شبکه های اجتماعی	۱۱	۱۱
	۳.	توسعه حقوقی و قانونی	۱۰	۱۲
متغیرهای وابسته	۱.	توسعه بنگاههای صادرات تولیدات ورزشی	۱۱	۱۱
	۲.	توسعه نیروی انسانی	۸	۱۵
متغیرهای مستقل	۱.	توسعه علمی و پژوهشی	۶	۹
	۲.	توسعه نهادی، ساختاری و مالکیت	۶	۹
متغیرهای تاثیرگذار و تاثیرپذیر	۱.	توسعه هواداران و درآمد حاصل از ان	۱۳	۱۲
	۲.	توسعه رسانه ای	۱۰	۱۳
جمع کل			۸۴	۸۴

تاثیرپذیری و تاثیرگذاری غیر مستقیم متغیرها

طرح تاثیرگذاری و تاثیرپذیری غیرمستقیم متغیرها نشان می دهد که متغیر توسعه امکانات و زیرساخت ها بیشترین تاثیرگذاری غیرمستقیم را داشته است. پس از آن متغیرهای توسعه و گسترش شبکه های اجتماعی و توسعه حقوقی و قانونی در مراحل بعدی تاثیرگذاری غیرمستقیم بر صنعت ورزش قرار دارند. متغیر توسعه نیروی انسانی بیشترین تاثیرپذیری غیرمستقیم را از سایر متغیرها داشته است. همچنین متغیرهای توسعه هواداران و درآمدهای حاصل از ان و توسعه رسانه ای کلیدی ترین متغیرها محسوب می شوند که نقشی استراتژیک داشته و در این میان از تاثیرپذیری و تاثیرگذاری غیرمستقیم بالایی برخوردار هستند (شکل ۲).



شکل ۲. طرح تاثیرگذاری و تاثیرپذیری غیرمستقیم متغیرهای تاثیرگذار اقتصادی بر صنعت ورزش کشور

رتبه بندی 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؛ 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؛ 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 بنگاه‌های صادرات تولیدات ورزشی		توسعه بنگاه‌های صادرات تولیدات ورزشی
۷	توسعه تیروی انسانی		توسعه تیروی 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 نتیجه گیری

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 متداول ترین شاخص ارزیابی اقتصادی یک کشور به شمار می رود (ویکner و باسکستراند^۱، ۲۰۱۸). حال از آنجایی که فقر و غنای هر کشوری به توان تولید سرانه نظام های اقتصادی در بخش های مختلف آن وابسته است، لذا تولید بیشتر امکان سرمایه گذاری و ظرفیت سازی اقتصادی را در آینده فراهم می کند و در نهایت زندگی مادی، اجتماعی و فرهنگی بهتری را برای نسل آینده فراهم می سازد (پرز- پرز^۲ و همکاران، ۲۰۱۸). در این بین یکی از صنعت های که می تواند 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 می باشد، زیرا پتانسیل های زیادی در آن وجود دارد. این موضوع باعث شده است به صنعت ورزش نگاه ویژه ای شود و از دیدگاه ها و زمینه های مختلفی مورد بررسی قرار گیرد. یکی از این زمینه ها، مباحث اقتصادی می باشد. 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 پیشران های اقتصادی

۱. Wikner, & Bäckstrand

۲. Pérez-Pérez

صنعت ورزش کدامند، که نتایج نشان داد در کل ۹ عامل به عنوان کلیدی‌ترین عوامل اقتصادی صنعت ورزش کشور می‌باشند که در چهار دسته ۱. عوامل تاثیر گذار (توسعه امکانات و زیرساخت‌ها، توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی، توسعه حقوقی و قانونی) ۲. عوامل وابسته (توسعه بنگاه‌های صادرات تولیدات ورزشی، توسعه نیروی انسانی) ۳. عوامل مستقل (توسعه علمی و پژوهشی، توسعه نهادی، ساختاری و مالکیت) و ۴. متغیرهای تاثیر گذار و تاثیر پذیر (توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن، توسعه رسانه‌ای) تقسیم می‌شوند.

در زمینه عوامل تاثیر گذار (توسعه امکانات و زیرساخت‌ها، توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی، توسعه حقوقی و قانونی) می‌توان گفت: اصلی‌ترین زمینه‌هایی که در زمینه‌ی 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 تأثیرگذار است و موجب شکل‌گیری یک کسب و کار مطلوب ورزشی خواهد شد. همچنین همین اقدام می‌بایست در زمینه‌ی اقلام و لوازم ورزشی دیگر صورت پذیرد تا با حمایت از تولیدکنندگان و کسب و کارهای داخلی و ایجاد نگرش مثبت در زمینه‌ی کیفیت محصولات داخلی یک محیط رقابتی در این محصولات ایجاد نماید که خود سبب تولید ثروت و شکل‌گیری محیط کارآفرینانه می‌شود. کمپ‌های تفریحی، ورزشی، پارک‌های 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 رفتارها 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 آورد. 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 می‌شود تمام اعمال و وضعیت‌های موجود در زمینه صنعت ورزش مانند تولیدات محصولات و خدمات در صنعت ورزش در دایره حاکمیت قانونی شرکت‌ها و سازمان‌های ورزشی قرار گیرد، که تبعیت از آن لازم الاجرا و لازم‌الاتباع برای تمامی نهادها و اشخاص حوزه ورزش جهت ورود به سطح جهانی می‌باشد. در زمینه عوامل وابسته (توسعه بنگاه‌های صادرات تولیدات ورزشی، توسعه نیروی انسانی) نیز می‌توان گفت: توسعه بنگاه‌های صادرات تولیدات ورزشی می‌تواند مزیت رقابتی فراوانی را در صنعت ورزش فراهم آورد. این اتفاق وضعیتی را برای یک بنگاه ورزشی فراهم می‌آورد تا با بکارگیری روش‌های نوین و ارایه محصولات 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. در این زمینه ذکر این نکته نیز لازم است که هر کشوری بر اساس فاکتورهای که در زمینه تولیدات داخلی و ملی خود دارد، باید برای تولید محصولات خود ارزش قایل شود و به آن ارزش دهد تا تولیدکنندگان و ارایه‌دهندگان خدمات ورزشی دلگرم شده و با بهبود کیفیت محصولات خود زمینه را برای صادرات محصولات خود فراهم آورند. در زمینه توسعه نیروی انسانی نیز می‌توان گفت: سازمان‌ها ورزشی برای بقا خود مجبور به استفاده از پتانسیل‌ها و شایستگی‌های پرسنل و نیروی انسانی خود برای بدست آوردن مزیت رقابتی می‌باشند. با نگاهی دقیق در این زمینه و مقایسه با کشورهای پیشرفته نیز می‌توان دریافت که علت رشد و توسعه آنها، نیروی انسانی توانمند و کارا می‌باشد.

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. در بابت توسعه علمی و پژوهشی می‌توان اذعان کرد دانش و فناوری از مهمترین و اصلی‌ترین ارکان توسعه به شمار می‌رود و اقتصاد پایدار عمدتاً بر اساس دانش پایه گذاری می‌شود. در زمینه توسعه صنعت ورزش در کشورمان نیز وزارت صنعت، معدن و تجارت به بحث ورزش بخصوص 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، افزایش نهادهای حمایتی سازمان یافته در صنعت ورزش، توسعه نظام باشگاه داری حرفه ای، رفع مشکلات عمده حقوقی در زمینه کپی رایت و ... زمینه توسعه صنعت ورزش را فراهم آورد. بخش پایانی یافته های این پژوهش متغیرهای تاثیر گذار و تاثیر پذیر (توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن، توسعه رسانه ای) بود. در بحث توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن به عنوان یک عامل دو وجهی می توان گفت: ارائه دهندگان خدمات ورزشی باید تعداد هوادارانی را که در بازی های حضور پیدا می کنند حفظ یا افزایش دهند. اگرچه حمایت مالی و فروش کالا برای بسیاری از ورزش های حرفه ای درآمد قابل توجهی ایجاد می کند، درآمد حاصل از فروش بلیط های فصل تماشاگران همچنان جریان درآمدی ضروری را برای تیم ها در بسیاری از مسابقات ورزشی حرفه ای فراهم می کند. از اینرو مفاهیم مدیریت خدمات "حفظ مشتری" و "قصد خرید مجدد" به طور فزاینده ای برای مدیریت موفق سازمان های ورزشی حرفه ای ارتباط دارد. در بیشتر بخش های خدماتی، عموماً پذیرفته شده است که نیت رفتاری مثبت (مانند خرید مجدد و توصیه شفاهی) می تواند با بهبود کیفیت خدمات افزایش یابد. با این حال، در تلاش برای حفظ مشتریان فعلی (و جذب مشتریان جدید)، ارائه دهندگان ورزش های حرفه ای نمی توانند به سادگی به بهبود کیفیت خدمات به عنوان یک دارو در همه شرایط تکیه کنند. با توجه به این موارد می توان گفت توسعه هوادارن باعث حضور تماشاگران در ورزشگاه ها و بهره مندی تیم ها از آنها و همچنین استفاده از مزیت میزبانی می شود که همواره نقش مهمی در موفقیت تیم ها داشته است. بنابراین حضور تماشاگران در ورزشگاه ها نه تنها به ورزشکاران و تیم های ورزشی برای ارائه بازی های جذاب و مهیج کمک می کند، بلکه می تواند نقش موثری در درآمدزایی باشگاه ها، جلب حامیان مالی، توجه رسانه ها و حق پخش بازی ها و در نهایت ایجاد کیفیت مسابقات ورزشی داشته باشد. این اتفاقات باعث می شود باشگاه های ورزشی که در صنعت ورزش فعالیت دارند در تمامی بخش ها بخصوص بخش اقتصادی خودکفا شوند و زمینه توسعه بیشتر صنعت ورزش را فراهم آورند. در بخش توسعه رسانه ای به عنوان یک عامل دو وجهی نیز می توان گفت: توسعه و افزایش منابع مالی در ورزش بر اثر تعامل با رسانه های گروهی است و اقتصاد و ورزش به مدد رسانه ها با یکدیگر در تعامل هستند و باعث تجاری شدن ورزش شده است. دلیل آن نیز این است که ورزش بخصوص در کشورهای توسعه یافته به عنوان یک صنعت مهم و عامل اثرگذار در رشد اقتصادی مورد توجه می باشد و با در اختیار داشتن عامل محرکی همچون مسابقات بزرگ ورزشی، امکان بهره مندی از فرصت های تبلیغاتی در رسانه ها را فراهم ساخته که این موضوع خود موجب ایجاد بستر لازم برای تعامل بین صنعت، تجارت و ورزش شده است. بنابراین بهره گیری ورزش از رسانه های سبب استقبال بی سابقه جامعه از ورزش شده است. این اتفاق می تواند باعث روانه شدن پول های زیادی در صنعت ورزش شود که در طولانی مدت باعث رشد و توسعه آن گردد (رضایی و صالح پور، ۱۳۹۷).

بطور کلی می توان گفت: ورزش و تفریحات سالم به عنوان یکی از بزرگترین و پردرآمدترین صنایع در قرن ۲۱، به طور مستقیم و غیرمستقیم در توسعه اقتصادی کشورهای جهان نقش دارند (رستمزاده و همکاران، ۱۳۹۳). آثاری چون تولید کالاها و خدمات ورزشی، صادرات و واردات، هزینه های خانوار، ایجاد اماکن و تسهیلات، تبلیغات، مشارکت در بورس، پوشش رسانه ای، اشتغال، جذب گردشگر و حامیان مالی در زمره تأثیرات مستقیم اقتصادی ورزش قرار می گیرند

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. از این رو پیشنهاد می‌شود در راستای توسعه اقتصادی ورزش ابتدا پیشنهاد می‌شود 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 را فراهم آورند.

تقدیر و تشکر

در نهایت جا دارد از تمامی کسانی که در انجام این تحقیق ما را یاری کرده‌اند کمال تشکر را داشته باشیم.

منابع:

۱. حاجیانی، ابراهیم (۱۳۹۱). مبانی، اصول و روش‌های آینده پژوهی. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
۲. خیرگو، منصور و شکری، زینب (۱۳۹۰). توسعه فرایند شایستگی‌داری با استفاده از راهبرد آینده نگاری، فصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت نظامی، شماره ۴۲، سال یازدهم، صص ۱۰۳-۱۲۶.
۳. رستمزاده پرویز، صادقی حسین، عساری عباس، یآوری کاظم. (۱۳۹۳). اثر سرمایه گذاری دولت در بخش ورزش بر رشد اقتصادی در ایران. پژوهش‌های اقتصادی (رشد و توسعه پایدار). ۱۴ (۴): ۱۷۷-۲۱۰.
۴. رضایی، شمس‌الدین. صالحی پور، مژگان. (۱۳۹۷). تحلیل عوامل موثر بر توسعه صنعت ورزش ایران با رویکرد داده بنیاد. مدیریت منابع انسانی در ورزش، ۶ (۱)، ۸۹-۱۰۷.
۵. 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، مهر و آبان. صص ۱۶۵-۱۸۲.

۶.

۷. Jalayee, S. A., Bakhshandeh, H., Esmaili, M., & Rasooli, M. (۲۰۱۸). The Role of Human Resources in the Economic Growth of Irans Sports Industry. Sport Management Studies, ۱۰(۴۸), ۶۷-۸۸. doi: ۱۰,۲۲۰۸۹/smrj.۲۰۱۷,۳۶۲۴,۱۷۳۰
۸. emami, A., emami, F., afshari, M. (۲۰۲۲). The effects of investment development on the economic empowerment of Iran's sports industry: An Exploratory study. Strategic Studies on Youth ans Sports, ۲۱(۵۶), ۲۲۹-۲۵۴. doi: ۱۰,۲۲۰۳۴/ssys.۲۰۲۲,۱۵۲۲,۲۱۱۳
۹. Esmailpour Bariki E, Shojaei V, Hami M. Future Study of Iranian educational sportFactors affecting the development of educational sports in Iran with a futures study approach. ۳۲۰۲۲; ۹ (۳۵): ۱۷۹-۱۹۲.
۱۰. Ahmadi, A. (۲۰۱۹). Toddlers (startups) in the field of sports, the fifth national conference of the Iranian Sport Management Association, Tehran. ([Persian]).
۱۱. Amini, M., Atghia, N., Norouzi Seyed Hosseini, R. (۲۰۲۰). Identifying Components and Levels of Knowledge-Based Economy in Sport (A Qualitative approach). Sport Management Studies, ۱۲(۶۰), ۴۱-۶۰. (Persian).

۱۲. Mohamadi Askarabadi, M., eydi, H., & Abbasi, H. (۲۰۲۰). Thematic Analysis of Factors Affecting the Development of Iran's Sport Economy. *Sport Management and Development*, ۹(۴), ۲۰-۳۵. doi: ۱۰.۲۲۱۲۴/jsmd.۲۰۲۰.۴۱۱۳
۱۳. Fernando Castelló-Sirvent, Carlos Meneses-Eraso. (۲۰۲۲) Research Agenda on Multiple-Criteria Decision-Making: New Academic Debates in Business and Management. *Axioms* ۱۱:۱۰, pages ۵۱۵. Crossref
۱۴. Flegr, S., & Schmidt, S. L. (۲۰۲۲). Strategic management in eSports—a systematic review of the literature. *Sport Management Review*, ۲۵(۴), ۶۳۱-۶۵۵.
۱۵. razawi, M., & freydoni, M. (۲۰۲۳). Economic policy model of Iranian football clubs. *Sport Management Studies*, (), -. doi: ۱۰.۲۲۰۸۹/smrj.۲۰۲۱.۹۶۰۴.۳۲۲۶
۱۶. Bandura, A., & Hall, P. (۲۰۱۸). Albert bandura and social learning theory. *Learning Theories for Early Years Practice*, ۶۳.
۱۷. Bryder, K., Malmberg-Hager, A., & Söderlind, E. (۲۰۱۶). *Virtual Business Models: Entrepreneurial Risks and Rewards*. Woodhead Publishing.
۱۸. Chan, J. K. L., & Quah, W. B. (۲۰۱۲). Start-up factors for small and medium-sized accommodation businesses in Sabah, Malaysia: Push and pull factors. *Asia pacific journal of tourism research*, ۱۷(۱), ۴۹-۶۲.
۱۹. Coates, J., Durance, P., & Godet, M. (۲۰۱۰). Strategic foresight issue: introduction. *Technological Forecasting and Social Change*, ۷۷(۹), ۱۴۲۳-۱۴
۲۰. Conway, Maree (۲۰۰۵). *Strategic Planning Revisited: A Futures Perspective*. World Futures Society Annual Conference.
۲۱. Corbin, J., & Strauss, A. (۲۰۰۸). Strategies for qualitative data analysis. *Basics of Qualitative Research. Techniques and procedures for developing grounded theory*, ۳.
۲۲. De Waal, A. A. (۲۰۰۷). The characteristics of a high performance organization. *Business Strategy Series*, ۸(۳), ۱۷۹-۱۸۵.
۲۳. Dehghanpouri, H., Kashf, S., Khodadadi, M. (۲۰۱۹). Modeling the organizational and human factors of knowledge management maturity aligned with business in sport of Iran. *Journal of Sport Management*, ۱۱(۲), ۲۹۱-۳۰۳. (Persian).
۲۴. Farshian, R., Ranjbarali, N. (۲۰۱۵). Examined the role of government support from new startup businesses in the motivational process of entrepreneurship, Annual management conference and business economy, Tehran. (Persian).
۲۵. Kafshdooz Mohammadi, F., Hosseininia, G., Meiguonpoory, M., Vazifehdust, H. (۲۰۲۱). Scientometrics and presenting the Future Research Path to the Development of Startup Business Ecosystems. *Scientometrics Research Journal*, ۷(۱۴), ۵۱-۷۶. (Persian).
۲۶. Kavetsos, G., & Szymanski, S. (۲۰۱۰). National well-being and international sports events. *Journal of economic psychology*, ۳۱(۲), ۱۵۸-۱۷۱.

۲۷. Kozechian, H., Ehsani, M., Azimzadeh, S., Kordnaeij, A., Pitts, B. (۲۰۱۴). A model for small and medium-sized sport enterprises start-up. *Sport Management and Development*, ۳(۱), ۵۱-۶۸. (Persian).
۲۸. Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (۱۹۸۵). Establishing trustworthiness. *Naturalistic inquiry*, ۲۸۹(۳۳۱), ۲۸۹-۳۲۷.
۲۹. North, D. C. (۲۰۰۵). The contribution of the new institutional economics to an understanding of the transition problem. In *Wider perspectives on global development* (pp. ۱-۱۵). Palgrave Macmillan, London.
۳۰. Salamzadeh, A., & Kawamorita Kesim, H. (۲۰۱۵). Startup companies: Life cycle and challenges. In ۴th International conference on employment, education and entrepreneurship (EEE), Belgrade, Serbia.
۳۱. Salimi, F., Reyhani, M. (۲۰۱۹), 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).
۳۲. Spender, J. C., Corvello, V., Grimaldi, M., & Rippa, P. (۲۰۱۷). Startups and open innovation: a review of the literature. *European Journal of Innovation Management*.
۳۳. Welter, F., & Smallbone, D. (۲۰۱۱). Institutional perspectives on entrepreneurial behavior in challenging environments. *Journal of Small Business Management*, ۴۹(۱), ۱۰۷-۱۲۵.
۳۴. Pérez-Pérez, M., Bedia, A. M. S., López-Fernández, M. C., & García-Piqueres, G. (۲۰۱۸). Research opportunities on manufacturing flexibility domain: A review and theory-based research agenda. *Journal of Manufacturing Systems*, ۴۸, ۹-۲۰.
۳۵. Wikner, J., & Bäckstrand, J. (۲۰۱۸). Triadic perspective on customization and supplier interaction in customer-driven manufacturing. *Production & Manufacturing Research*, ۶(۱), ۳-۲۵.