

تأثیر مخارج مالی دولت ایران بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در کارگاه‌های تولید کالاهای ورزشی

فریبا اسکریان^۱، جعفر گنج‌خانلو^۲، فرامرز طهماسبی^۳

۱. دانشیار مدیریت ورزشی، دانشگاه تبریز و دانشگاه خوارزمی (نویسنده مسئول)

۲. دکترای مدیریت ورزشی، دانشگاه تبریز

۳. استادیار اقتصاد، دانشگاه پیام نور واحد خدابنده

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۵/۲۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۲/۲۱

چکیده

هدف از انجام پژوهش حاضر، بررسی اثرهای مخارج مالی دولت (مخارج جاری و سرمایه‌ای و نیز کسری بودجه) بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در کارگاه‌های تولید کالاهای ورزشی در مقطع زمانی ۱۳۹۲-۱۳۷۲ بود. در این پژوهش روش‌های خودرگرسیون برداری و مدل تصحیح خطا با استفاده از نرم‌افزارهای اقتصادسنجی ایویوز (نسخه ۹) و مایکروفیت (نسخه ۴/۱) به کار برده شدند. جامعه و نمونه آماری این طرح یکسان بودند و شامل تمامی کارگاه‌های صنعتی واقع در نقاط شهری و روستایی کشور بودند. براساس نتایج، افزایش مخارج جاری دولت، اثر برون‌رانی و افزایش مخارج سرمایه‌ای و سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های اقتصادی، اثر درون‌رانی بر سرمایه‌گذاری خصوصی در این واحدهای تولیدی داشتند. یافته‌های پژوهش نشان‌دهنده اثر منفی کسری بودجه بر سرمایه‌گذاری خصوصی در صنایع تولیدی بخش ورزش بودند؛ بنابراین، اتخاذ سیاست‌های مناسب اقتصادی توسط دولت و جلوگیری از کسری بودجه می‌تواند بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در صنایع تولیدی بخش ورزش و توسعه کسب‌وکارهای ورزشی وابسته به آن کمک کند.

واژگان کلیدی: بخش خصوصی، سرمایه‌گذاری، مخارج مالی، صنعت ورزش، کسب‌وکارهای ورزشی.

1. Email: daniel_1380@yahoo.com

2. Email: ganjkhanloojafar@yahoo.com

3. Email: tahmasebi.famaraz@yahoo.com

مقدمه

تجربه بسیاری از کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته نشان می‌دهد که صنایع کوچک و متوسط به دلایل گوناگون می‌توانند نقشی محوری در توسعه اقتصادی و صنعتی آن کشورها داشته باشند (شقاقی و شفیع، ۱۳۸۴، ۹۳). نوآوری، اشتغال‌آفرینی و انعطاف‌پذیری بیشتر صنایع بزرگ از مزایای این واحدها هستند (آدیر، گیل‌مور و کارسون^۱، ۲۰۰۹، ۲۹). در ایران نیز اهمیت صنایع تولیدی کوچک و متوسط تا حدی است که توجه به این صنایع در اسناد بالادستی کشور مانند سند چشم‌انداز بیست‌ساله کشور، سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، سیاست‌های کلی توسعه بخش صنعت (ابلاغ‌شده از سوی مقام معظم رهبری)، قوانین برنامه‌های پنجم و ششم توسعه اقتصادی کشور، اساسنامه سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران به‌صراحت ذکر شده است. براساس گزارش آماری سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران (شهریورماه ۱۳۹۳)، بیش از ۹۲ درصد از واحدهای صنعتی کشور را واحدهای صنعتی کوچک با سهم ۴۵ درصدی از اشتغال صنعتی تشکیل می‌دهند.

در کشورهای گوناگون تعاریف متفاوتی از واحدهای صنعتی کوچک و متوسط (بسته به شاخص‌های گوناگون) ارائه شده است. در ایران با توجه به شاخص تعداد کارکنان، صنایع زیر ۱۵۰ نفر شاغل در زمره صنایع کوچک و متوسط محسوب می‌شوند (سلیمانی، ۲۰۱۵، ۱۸). براساس طرح‌های آماری گردآوری‌شده از کارگاه‌های صنعتی کشور، طی دهه‌های گذشته تعداد شاغلان کارگاه‌های صنعتی تولیدکننده کالاهای ورزشی از سال ۱۳۵۱ تاکنون همیشه از ۱۵۰ نفر کمتر بوده است؛ بنابراین، براساس طبقه‌بندی ذکر شده و سایر طبقه‌بندی‌ها، صنعت تولید کالاهای ورزشی در ایران و بسیاری از کشورهای دیگر در حال توسعه جزو صنایع و کسب‌وکارهای کوچک و متوسط قرار دارد. کسب‌وکارهای ورزشی کوچک و متوسط در کشورهای گوناگون جهان مدام در حال پیشرفت هستند؛ به‌عنوان نمونه، در تایوان بسیاری از این کسب‌وکارها از اواخر دهه ۱۹۷۰ شکل گرفتند، اما امروزه در بازارهایی با رقابت شدید، محصولاتی با کیفیت ارتقا یافته و خطوط تولید متحول شده در حال پیشرفت هستند (هوئی-فو^۲، ۲۰۱۲، ۵۱). واقعیت این است که صنعت ورزش با ایجاد تقاضا برای خدمات و کالاهای ورزشی و با ایجاد جذابیت برای اجتماعات است که زمینه لازم را برای توسعه کسب‌وکار فراهم کرده است (علیزاده و هنری، ۲۰۱۰، ۱۱۷). به اعتقاد صاحب‌نظران، تولید کالاهای و تجهیزات ورزشی یکی از زیرساخت‌های اصلی صنعت ورزش محسوب می‌شود (مور^۳ و همکاران، ۲۰۰۴، به

1. O'Dwyer, Gilmore & Carson
2. Huei-Fu
3. Mour

نقل از محرم‌زاده، ۲۰۰۶، ۶۳). مزیت مهم کسب‌وکارهای تولیدی ورزش نسبت به سایر مؤلفه‌ها و اجزای صنعت ورزش مثل بودجه ورزشی دولت، حضور بسیار فعال بخش خصوصی و تصدیگری‌نداشتن مستقیم دولت در آن است؛ زیرا، تصدیگری دولت در ورزش به تأمین بودجه آن از طریق دولت، هزینه‌بردن صنعت ورزش و درآمدزایی آن منجر می‌شود (پاداش، سلطان‌حسینی و خبیری، ۲۰۱۱، ۳۶)؛ درحالی‌که شرکت‌های تولیدی ورزشی با عنوان سازمان‌های خصوصی برای کسب درآمد از طریق فروش کالاها و خدمات ورزشی فعالیت می‌کنند (سجادی، ۲۰۱۳، ۴۴). افزون‌براین، طبق آمارهای رسمی مرکز آمار ایران، خرید پوشاک و کالاهای ورزشی بخش عمده مصارف ورزشی خانوارهای ایران را تشکیل می‌دهد. توسعه صنایع وابسته به تولید و توزیع کالاهای ورزشی در هر کشور می‌تواند یکی از مؤلفه‌های اصلی توسعه صنعت ورزش در آن کشور تلقی شود؛ زیرا، میزان هزینه‌های ورزشی خانوارها با رواج ورزش در هر کشوری متناسب است و هر شرکت‌کننده یک خریدار محسوب می‌شود (عسکریان و جعفری، ۲۰۰۷، ۹۹)؛ از این رو، تولید لوازم و تجهیزات ورزشی و ارائه خدمات ورزشی توانسته است به رونق اقتصادی ورزش کمک کند و سبب بهبود توسعه ورزش شود (شریفیان، یوسفی و قهرمان تبریزی، ۲۰۱۶، ۷۶). در واقع، هزینه‌های ورزشی خانوارها موتور محرک اقتصاد ورزش و یکی از چهار جزء اصلی ورزش به‌عنوان صنعتی جذاب، پویا و پرتعداد هستند که از جایگاه فرهنگی و اجتماعی بالایی در میان ملل گوناگون برخوردارند. براساس نتایج مطالعات، در اوایل دهه ۲۰۰۰ میلادی، کالاهای ورزشی ۲۲ درصد از کل سهم بازار جهان را به خود اختصاص داده بودند که به تدریج این مقدار در سال‌های بعد افزایش یافته است (صادقی، کشگر، قاسمی و کارگر، ۲۰۱۳، ۲)؛ البته اندازه بازار ورزشی به تعداد افرادی بستگی دارد که به کالای ورزشی و ورزش علاقه‌مند هستند و تمایل دارند منابع لازم را برای به‌دست‌آوردن کالای ورزشی مبادله کنند (شریفیان، نورایی و محمدی، ۲۰۱۶، ۱۱۲). افزون‌براین، می‌توان به استفاده از آن به‌عنوان ابزاری مؤثر برای افزایش صادرات غیرنفتی و تسریع در روند توسعه و رشد اقتصادی اشاره کرد. به اعتقاد پژوهشگران، شرکت‌های تولیدی ورزشی در ایران دارای زنجیره تأمین (تأمین‌کنندگان، تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و خرده‌فروشان) هستند؛ بنابراین، تولید پوشاک، کفش و کالاهای ورزشی به‌عنوان یکی از زیرساخت‌های این صنعت مطرح است و کسب مزیت رقابتی در آن از اهداف ویژه این شرکت‌های تولیدی است (ویسی، کوزه‌چیان، احسانی و کشتی‌دار، ۲۰۱۵، ۱۱۳).

در کشور ایران به‌دلیل ویژگی‌های خاص صنایع کوچک و متوسط مثل تولید پوشاک، کفش و کالاهای ورزشی، بخش خصوصی راحت‌تر می‌تواند در آن مشارکت داشته باشد. هزینه کم ورود به

صنعت، دستیابی آسان به منابع مالی و سطحی مناسب از توسعه صنعت و نوآوری، ازجمله این ویژگی‌ها هستند (روچا^۱، ۲۰۱۲، ۳۳۹)؛ ازهمین‌روست که تقریباً تمامی کارگاه‌های تولید پوشاک و کالاهای ورزشی ایران در مالکیت بخش خصوصی هستند و توسط همین بخش اداره می‌شوند. به‌نظر می‌رسد تنها بخشی از صنعت ورزش که می‌توان به طور قاطع گفت که صرفاً بخش خصوصی تصدیگری آن را برعهده دارد، کارگاه‌های صنعتی تولید کالاهای ورزشی هستند. شایان ذکر است که واحدهای کسب‌وکار کوچک و متوسط تولیدی با وجود داشتن مزایای فراوان برای اقتصاد کشور، همواره با مشکلات و محدودیت‌های فراوانی نیز روبه‌رو بوده‌اند. حجم کوچک فعالیت، سابقه کم، نداشتن اعتبار کافی، برخوردارن‌بودن از صورت‌های مالی حسابرسی‌شده و نبود شفافیت مالی، دسترسی‌نداشتن به وثیقه کافی و بازدهی اندک سرمایه‌گذاری پروژه‌های تحت پوشش، ازجمله محدودیت‌ها و مشکلات این واحدها هستند (حسنقلی‌پور، ایروانی، نوتاش، موسوی نقیعی، ۲۰۱۵، ۲۴)؛ البته صنعت تولید کالاهای ورزشی در برخی از کشورهای بزرگ از قرارگرفتن این صنعت در طبقه صنایع کوچک و متوسط فراتر رفته است؛ زیرا، تقاضای روزافزون کشورها برای خرید وسایل و تجهیزات ورزشی باکیفیت و بااستاندارد باعث شده است که در بسیاری از کشورها ابرشرکت‌های بین‌المللی درزمینه تولید و تجارت کالاهای، تجهیزات و وسایل ورزشی چندملیتی تشکیل شوند (نادریان جهرمی، ۲۰۰۵، ۳۶)؛ برای مثال، جدا از ارزش دارایی‌های سخت‌افزاری، براساس محاسبات فوربس^۲، تنها ارزش برند شرکت نایک در سال ۲۰۱۷ مبلغ ۲۹/۶ میلیارد دلار آمریکا تخمین زده شده است. مطالعات انجام‌شده در سال ۱۹۹۰ نشان دادند که ایالات متحده ۳۰ درصد از بازار تجهیزات ورزشی جهان به ارزش ۳۷/۵۳۷ میلیون دلار را در دست داشت (عسکریان، ۲۰۰۴، ۶). این رقم در سال ۲۰۱۵ به مبلغی افزون بر ۶۵ میلیارد دلار رسیده است (پایگاه الکترونیکی استاتیسیتا^۳، ۲۰۱۷). این صنعت در سایر اقتصادهای بزرگ نیز وضعیتی مشابه دارد؛ برای مثال، در سال ۲۰۱۱، کالاهای ورزشی ازجمله پوشاک و تجهیزات ورزشی ۸۰ درصد از صنعت ورزش کشور چین را تشکیل می‌دادند (فنگ و زنگ^۴، ۲۰۱۱، ۷۵۷). همچنین، براساس گزارش انجمن جهانی صنعت کالاهای ورزشی، چین درحال تبدیل‌شدن به بزرگ‌ترین تولیدکننده کالاهای ورزشی است که حدود ۷۰ درصد از تولید پایه جهان را به خود اختصاص داده است. در تایوان بسیاری از کسب‌وکارهای کوچک تا متوسط ورزشی از اواخر دهه ۱۹۷۰ شکل گرفتند، اما امروزه در بازارهایی با رقابت شدید، محصولاتی با کیفیت ارتقایافته و خطوط تولید متحول‌شده درحال پیشرفت هستند (هوی-فو،

-
1. Rocha
 2. Forbes
 3. www.statista.com
 4. Feng & Zhang

۲۰۱۲، ۵۲)؛ البته کسب‌وکارهای مربوط به صنعت کالاهای ورزشی صرفاً به اشتغال در صنایع تولیدی محدود نمی‌شوند؛ بلکه افراد بسیاری نیز در بخش توزیع این محصولات از جمله بازاریابی و فروش اشتغال دارند؛ برای نمونه، پرتال استاتیستا^۱ به نقل از پژوهش‌های اسکوربورگ^۲ اعلام کرد که در سال ۲۰۱۶ حدود ۱۰۷ میلیون نفر به‌عنوان فروشنده در فروشگاه‌های ورزشی مشغول بوده‌اند؛ بنابراین، کسب‌وکار و ورزش آشکارا باهم شریک هستند. درواقع، آن‌ها همدیگر را پیش می‌برند و الگوی همسازی را شکل می‌دهند که از توسعهٔ دوجانبه آن‌ها حمایت می‌کند (علیزاده و هنری، ۲۰۰۸، ۱۱۶).

نبود اطمینان و تغییرات محیطی ناشی از عوامل جمعیت‌شناختی، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فناورانه، فیزیکی، حقوقی و رقابتی بر شرکت‌های تولیدی ورزشی تأثیر گذاشته‌اند و لازم است در وضعیت این شرکت‌ها بازبینی و بررسی شوند (ویسی و همکاران، ۲۰۱۵، ۶۰)؛ به‌همین دلیل، بستر اقتصادی، سیاسی، قانونی، فنی، فرهنگی، اجتماعی، طبیعی و توان حمایتی دولت بر توسعهٔ صنایع کوچک و متوسط تأثیر عمیقی دارد (حسنقلی‌پور و همکاران، ۲۰۱۵، ۲۹)؛ بنابراین، شناخت نحوهٔ تأثیرپذیری این صنایع از سیاست‌های اقتصادی دولت می‌تواند به شیوهٔ درست مواجههٔ این واحدها برای شرایط متغیر اقتصادی کمک کند. از مهم‌ترین سیاست‌های اقتصادی دولت، سیاست‌های پولی و مالی آن است. سیاست‌های مالی دولت با استفاده از هزینه‌های جاری و عمرانی و درآمدهای مالیاتی و غیرمالیاتی و سیاست‌های پولی دولت از طریق متغیرهای پولی و ارزی اعمال می‌شوند (برانسون^۳، ۲۰۰۹، ۳۳۷).

پژوهش‌هایی که از منظر اقتصاد کلان به کسب‌وکارهای تولیدی ورزش پرداخته باشند، در ایران محدودند؛ ازجملهٔ آن‌ها می‌توان به مقالهٔ شریفیان، زرنندی و تبریزی (۲۰۱۶) اشاره کرد. آن‌ها در پژوهش خود به بررسی موانع درون‌بخشی رقابت‌پذیری کالاهای داخلی در مقایسه با نمونه‌های خارجی در بخش تولیدی صنعت ورزش ایران در سال ۱۳۹۱ پرداختند. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که بین موانع درون‌بخشی رقابت‌پذیری با کالاهای خارجی در بخش تولیدی صنعت ورزش ایران اختلاف معنادار وجود دارد. براساس پژوهش آن‌ها، عامل سرمایه بزرگ‌ترین مانع و عامل کیفیت کوچک‌ترین مانع درون‌بخشی هستند که در سر راه رقابت‌پذیری کالاهای ورزشی داخلی قرار دارند. عسکریان، اصغری‌پور و سرلاب (۲۰۱۶) با کاوش در داده‌های مربوط به صادرات کالاهای ورزشی ایران

-
1. www.statista.com
 2. Scarborough Research
 3. Branson

طی سال‌های ۲۰۰۰ و ۲۰۱۰، مزیت نسبی صادرات کالاهای ورزشی ایران را بررسی کردند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که ایران در صادرات کفش و پوشاک ورزشی دارای مزیت رقابتی است، ولی در گروه کالایی قایق‌های تفریحی، توپ و سایر تجهیزات ورزشی قدرت رقابتی ندارد. عسکریان (۲۰۰۵) میزان مبادلات بین‌المللی کالاهای ورزشی ایران در سال‌های ۱۳۷۷ و ۱۳۸۰ را تحلیل و بررسی کرد. وی دریافت که میزان مبادلات بین‌المللی کالاهای ورزشی در ایران نسبت به کشورهای پیشرفته بسیار کمتر است که دلایل آن را کوچک‌بودن اندازه بازار کالاهای ورزشی و مصارف ورزشی خانوارها، مرغوب‌نبودن کالاهای ورزشی، فقدان تبلیغات و بازاریابی مناسب، تحریم‌های اقتصادی، افزایش قیمت تمام‌شده کالاهای ورزشی ایران و نیز نابرابری ارز کشور با سایر کشورها دانست. به‌نظر می‌رسد سیاست‌های هزینه‌ای دولت به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای سیاست‌های مالی می‌توانند تأثیری قدرتمند بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی بر صنعت ورزش داشته باشند و مهم‌ترین حضور بخش خصوصی در صنعت ورزش ایران به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط مربوط به تولید و توزیع کالاهای ورزشی مربوط می‌شود. افزون‌براین، به‌نظر می‌رسد در هیچ پژوهشی در ایران و خارج از کشور، اثرهای سیاست‌های مالی دولت به‌طور عام و سیاست‌های هزینه‌ای و مخارج مالی آن به‌طور خاص بررسی نشده است؛ براین‌اساس، پژوهشگران در مطالعه حاضر درصدد بررسی تأثیر سیاست‌های هزینه‌ای دولت بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در کارگاه‌های تولید کالاهای ورزشی هستند.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع مطالعات توصیفی و تحلیلی با استفاده از داده‌کاوی است و به‌دلیل ماهیت موضوع، جمع‌آوری اطلاعات با استفاده از روش کتابخانه‌ای بوده است. بدین‌منظور، اطلاعات موردنیاز از مرکز آمار ایران، سازمان برنامه و بودجه و حساب‌های ملی بانک مرکزی برای مقطع زمانی ۱۳۷۲-۱۳۹۲ استخراج شده‌اند. اطلاعات موردنیاز شامل مخارج مالی دولت (شامل مخارج جاری و سرمایه‌ای و نیز کسری بودجه) به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای سیاست‌های هزینه‌ای و نیز سرمایه‌گذاری در کارگاه‌های تولید کالاهای ورزشی (به‌عنوان ابزار شناسایی سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در کسب‌وکارهای تولیدی کوچک و متوسط در بخش ورزش ایران) طی سال‌های ۱۳۷۲ تا ۱۳۹۲ بوده‌اند. پس از جمع‌آوری اطلاعات لازم، آزمون‌ها براساس آمارهای موجود اجرا شدند. برای بررسی اثر مخارج مالی دولت بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در تولید کالاهای ورزشی براساس فرضیه اثر برون‌رانی، از روش‌های خودرگرسیون برداری و مدل تصحیح خطا استفاده شد. برای

تجزیه و تحلیل داده‌ها و برآورد مدل، نرم‌افزار اقتصادسنجی ایویوز^۱ (نسخهٔ نه) و نرم‌افزار میکروفیت^۲ (نسخه ۴/۱) استفاده شد. به کار برده شد.

سرمایه‌گذاری در کارگاه‌های تولید کالاهای ورزشی: تنها کسب و کارهای تولیدی بخش ورزش که آمارهایی رسمی دربارهٔ آن‌ها وجود دارد، کارگاه‌های صنعتی تولیدکنندهٔ پوشاک و کالاهای ورزشی هستند. در واقع، مرکز آمار ایران برای شناخت ساختار صنعتی کشور و اتخاذ سیاست‌های توسعهٔ صنعتی مناسب، طرح آمارگیری از کارگاه‌های صنعتی کشور را (از جمله کارگاه‌های تولید کالاهای ورزشی) از سال ۱۳۵۱ به‌عنوان یکی از برنامه‌های جاری خود لحاظ کرده است و هر سال (به جز سال‌های ۱۳۵۶ و ۱۳۵۷) اجرا کرده و نتایج آن را در اختیار استفاده‌کنندگان قرار داده است. در آن طرح‌ها اطلاعات تفصیلی سال‌های ذکر شده برحسب فعالیت‌های گوناگون صنعتی در کشور، مشتمل بر چهار فصل و بیش از ۵۰ جدول کارشناس صنعت دفتر آمارهای صنعت، معدن و زیربنایی این مرکز تهیه، طراحی و ارائه شده‌اند. جامعهٔ آماری این طرح‌ها تمامی کارگاه‌های صنعتی واقع در نقاط شهری و روستایی کشور هستند که در سال‌های بررسی شده متوسط تعداد شاغلان آن‌ها ۱۰ نفر و بیشتر بوده است. واحد آماری در این طرح‌ها یک کارگاه صنعتی مستقل یا متبوع از جامعهٔ آماری ذکر شده است. منظور از کارگاه صنعتی مستقل کارگاهی صنعتی است که حساب مالی مستقل دارد و معمولاً این حساب در محل کارگاه ارائه می‌شود. کارگاه صنعتی متبوع نیز کارگاهی است که حساب مالی مستقل ندارد و این حساب با حساب مالی یک یا چند کارگاه دیگر (کارگاه تابع) به‌صورت تفکیک‌نشده، در همین کارگاه ارائه می‌شود. در معرفی طرح‌های آماری ذکر شده، سرمایه‌گذاری، تغییرات ایجاد شده در ارزش اموال سرمایه‌ای (ارزش خرید یا تحصیل و هزینهٔ تعمیرات اساسی منهای ارزش فروش یا انتقال اموال سرمایه‌ای در طول یک سال) تعریف شده است. منظور از ارزش خرید یا تحصیل اموال سرمایه‌ای، ارزش اموال سرمایه‌ای است که کارگاه به‌صورت نو یا مستعمل خریداری یا تحصیل کرده است. هزینه‌های جنبی مرتبط از قبیل هزینهٔ بیمه، ترخیص، مالیات، حمل، نصب و غیره نیز جزو ارزش خرید یا تحصیل اموال سرمایه‌ای محسوب می‌شوند و منظور از هزینهٔ تعمیرات اساسی اموال سرمایه‌ای، هزینه‌های کارگاه بابت تعمیراتی است که عمر مفید، قدرت تولیدی و ارزش اموال سرمایه‌ای کارگاه را افزایش می‌دهد. منظور از ارزش فروش یا انتقال اموال سرمایه‌ای، ارزش اموال سرمایه‌ای است که در تملک کارگاه بوده است و طی دورهٔ آماری فروخته شده یا انتقال داده شده است. در این طرح اموال سرمایه‌ای شامل زمین، ساختمان، وسایل نقلیه و وسایل و تجهیزات متعلقه

1. Eviews
2. Microfit

است که عمر مفید آن‌ها از یک سال بیشتر است. آن دسته از کارگاه‌هایی که تمام یا بیش از ۵۰ درصد سرمایه آن‌ها به افراد متعلق باشد، به بخش خصوصی تعلق می‌گیرند (مرکز آمار ایران، ۲۰۱۷).

مخارج مالی دولت: مخارج مالی دولت شامل هزینه‌های جاری و سرمایه‌ای می‌شود، اما از آنجایی که کشور ایران عمدتاً با کسری مواجه می‌شود، کسری بودجه نیز در این پژوهش لحاظ شده است. داده‌های آماری مربوط به این متغیرها نیز از بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران و سازمان برنامه و بودجه استخراج شده‌اند.

تصریح الگو: برای بررسی کارایی مخارج مالی در مفهوم اثر برون‌رانی متغیرهای مخارج مالی، دو مدل زیر بر مبنای الگوی کاستپلی^۱ (۲۰۰۵) تخمین زده شدند.

$$SI = f(GI, GC, GDP, RIR)$$

$$SI = F(BD, GDP, RIR)$$

در توابع ذکرشده،

SI^۲: سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در کارگاه‌های صنعتی تولید پوشاک و کالاهای ورزشی

GI^۳: مخارج سرمایه‌ای دولت

GC^۴: مخارج جاری دولت

BD^۵: کسری بودجه دولت

GDP^۶: تولید ناخالص داخلی

RIR^۷: نرخ بهره واقعی

برای بررسی ایستایی متغیرها از آزمون ریشه واحد دیکی-فولر تعمیم‌یافته^۸ استفاده شد.

-
1. Kustepeli
 2. Sporting Investments
 3. Government Investments
 4. Goveinment Costs
 5. Budget Deficit
 6. Gross Domestic Product
 7. Real Interest Rate
 8. Augmented Dickey Fuller unit root (ADF)

نتایج

قدم اول در تجزیه و تحلیل‌های مبتنی بر داده‌های سری زمانی، بررسی پایایی متغیرها است که در این مطالعه به این منظور از آزمون‌های ریشه واحد دیکی فولر تعمیم یافته استفاده می‌شود. فرض صفر در آزمون دیکی فولر تعمیم‌یافته وجود ریشه واحد در متغیر است. نتایج آزمون دیکی فولر تعمیم‌یافته مربوط به مقادیر در سطح متغیرها در جدول یک آورده شده است. همان‌طور که در جدول‌های مربوطه مشخص است، مقادیر در سطح متغیرهای مخارج سرمایه‌ای دولت و نرخ بهره واقعی در سطح پایا بوده و برای سایر متغیرها در سطح پایا نیستند. یعنی بصورت کلی می‌توان گفت که متغیرهای مخارج سرمایه‌ای دولت و نرخ بهره واقعی در سطح پایا بوده و انباشته از مرتبه اول یعنی $I(0)$ است. نتایج مربوط به مقادیر تفاضل مرتبه اول متغیرها نشان می‌دهد تفاضل مرتبه اول متغیرهای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در کارگاه‌های صنعتی تولید پوشاک و کالاهای ورزشی، مخارج جاری دولت، کسری بودجه دولت و تولید ناخالص داخلی پایا بوده و از این‌رو این متغیرها انباشته از مرتبه اول $I(1)$ هستند. به عبارت دیگر نتایج تاییدکننده آن هستند که در این مطالعه با گروهی از متغیرهای $I(0)$ و $I(1)$ روبرو بوده و از این‌رو از آزمون باند به منظور بررسی هم‌انباشتگی بین متغیرها استفاده می‌شود.

جدول ۱- نتایج آزمون دیکی فولر تعمیم یافته روی مقادیر در سطح متغیرها

متغیر	روند و عرض از مبدا	آماره	مقدار بحرانی*	سطح احتمال
سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در کارگاه‌های صنعتی تولید پوشاک و کالاهای ورزشی	روند و عرض از مبدا	-۲/۷۸۹	-۳/۷۱۰	۰/۲۱۸
مخارج سرمایه‌ای دولت	روند و عرض از مبدا	-۵/۴۱۲	-۳/۰۵۲	۰/۰۰۱
مخارج جاری دولت	روند و عرض از مبدا	-۲/۵۳۸	-۳/۷۳۳	۰/۳۰۸
کسری بودجه دولت	روند و عرض از مبدا	-۲/۶۰۶	-۳/۶۵۸	۰/۲۸۱
تولید ناخالص داخلی	-	۳/۵۷۹	-۱/۹۶۴	۰/۹۹۹
نرخ بهره واقعی	عرض از مبدا	-۳/۵۲۷	-۳/۰۲۹	۰/۰۱۸

* مقادیر بحرانی در سطح اطمینان ۵ درصد است.

جدول ۲- نتایج آزمون دیکی فولر تعمیم یافته روی مقادیر تفاضل مرتبه اول متغیرها

متغیر	روند و عرض از مبدا	آماره	مقدار بحرانی* سطح احتمال
سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در کارگاه‌های صنعتی تولید پوشاک و کالاهای ورزشی	روند و عرض از مبدا	-۷/۰۱۲	-۳/۰۴۰
مخارج جاری دولت	عرض از مبدا	-۳/۹۰۸	-۳/۶۹۰
کسری بودجه دولت	روند و عرض از مبدا	-۴/۸۰۶	-۳/۶۷۳
تولید ناخالص داخلی	-	-۳/۸۹۷	-۱/۹۶۴

* مقادیر بحرانی در سطح اطمینان ۵ درصد است.

آزمون هم‌انباشتگی

پس از انجام آزمون‌های پایایی، آزمون وجود هم‌انباشتگی بین متغیرها با به کار بردن رویکرد آزمون کرانه‌ها انجام شد. مدل تصحیح خطای غیر مقید بصورت زیر است:

$$SI = f(GI, GC, GDP, RIR)$$

$$SI = F(BD, GDP, RIR)$$

$$\Delta SI_t = c_0 + c_1 t + \sum_{i=1}^{p-1} c_{2i} \Delta SI_{t-i} + \sum_{i=1}^{p-1} c_{2i} \Delta GI_{t-i} + \sum_{i=1}^{p-1} d_{3i} \Delta GDP_{t-i} + \sum_{i=1}^{p-1} c_{4i} \Delta RIR_{t-i} + \sum_{i=1}^{p-1} c_{5i} \Delta GC_{t-i} + c_6 SI_{t-1} + c_7 GI + c_8 GC_{t-1} + c_9 GDP_{t-1} + c_9 RIR_{t-1} + \varepsilon_t$$

در معادلات فوق ضرایب مربوط به مقادیر با تفاضل متغیرها، ضرایب کوتاه مدت را توضیح می‌دهند در حالی که ضرایب مربوط به مقادیر سطح متغیرها، ضرایب بلندمدت را نشان می‌دهد. با استفاده از معیار شوارتز-بیزین^۱ تعداد وقفه بهینه انتخاب شدند. برای بدست آوردن طول وقفه بهینه معیار شوارتز-بیزین استفاده شد. بعد از تعیین طول وقفه به منظور بررسی وجود یک رابطه تعادلی بلندمدت بین متغیرها، آزمون معنی‌داری مشترک بری سطوح با وقفه متغیرها تحت بررسی قرار گرفت. آماره F مربوط به آزمون فرضیه معادله (4-1) اول، ۱۲/۷۲۵، و برای معادله دوم ۲۰/۷۷۶ بدست آمد. با مقایسه آماره F بدست آمده و همچنین مقادیر بحرانی مشخص شد که برای معادلات

1. Bayesian Information Criterion

مورد نظر آماره F بدست آمده در سطح یک درصد، بالاتر از کرانه بالایی ارائه شده قرار داشت؛ بنابراین فرض صفر مبنی بر نبود یک رابطه تعادلی بلندمدت در الگوهای تحقیق رد شد. بنابراین می‌توان گفت که بین متغیرهای مورد بررسی اثرگذار بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در صنعت ورزش یک رابطه تعادلی بلندمدت برقرار است.

بنابراین، میان متغیرهای مدل و سازگار با نظریه‌های اقتصادی، یک رابطه تعادلی بلندمدت به صورت زیر وجود دارد:

(۱):

$$SI = 4/33948 - 0/000002 GC + 0/000007 GI + 0/000000 GDP - 0/022RIR$$

(۲):

$$SI = 2/743 - 0/0000076GD + 0/143 GDP - 0/070 RIR$$

با توجه به رابطه (۱)، در بلندمدت، مخارج جاری دولت اثر منفی بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در کارگاه‌های تولید کالاهای ورزشی دارد، در حالی که اثر مخارج سرمایه‌ای دولت بر این بخش مثبت بوده است. رابطه (۲) نیز نشان می‌دهد که در بلندمدت، افزایش کسری بودجه، اثر منفی بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در بنگاه‌های ورزشی داشته و در ضمن تولید ناخالص داخلی اثر مثبت و نرخ بهره تأثیر منفی بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در کسب‌وکارهای فوق داشته است.

الگوی تصحیح خطا

پس از برآورد روابط بلندمدت، به منظور بررسی چگونگی تعدیل عدم تعادل‌های کوتاه مدت بخش خصوصی در کسب‌وکارهای تولیدی ورزش به سمت تعادل بلندمدت، الگوی تصحیح خطا استفاده گردید. الگوهای تصحیح خطا به دنبال ارائه ضرایب کوتاه‌مدت هستند؛ از این رو پس از ارائه ضرایب بلندمدت، ضرایب کوتاه‌مدت نیز برای هر دو مدل ارائه می‌شود. جدول شماره سه نتایج الگوی تصحیح خطا را برای مدل اول و جدول شماره چهار این نتایج را برای مدل دوم ارائه می‌کند.

نتایج جدول شماره سه نشان می‌دهد که تولید ناخالص داخلی اثر مثبت و معنی‌داری بر سرمایه‌گذاری خصوصی بنگاه‌های ورزشی داشته است. از طرف دیگر نتایج نشان‌دهنده آن است که نرخ بهره واقعی اثر منفی و معنی‌داری بر سرمایه‌گذاری خصوصی بنگاه‌های ورزشی داشته است به این صورت که با افزایش نرخ بهره واقعی هزینه تامین مالی سرمایه افزایش یافته و از این رو سرمایه‌گذاری خصوصی بنگاه‌های ورزشی کاهش پیدا می‌کند. نتایج همچنین نشان دادند که مخارج سرمایه‌ای و جاری دولت اثر معنی‌داری در کوتاه‌مدت بر سرمایه‌گذاری خصوصی بنگاه‌های ورزشی نداشته است. ضریب $(-1)ecm$ (جدول شماره سه)، نشان می‌دهد که در هر دوره، چند درصد از عدم

تعالادل کوتاه مدت سرمایه‌گذاری خصوصی برای دستیابی به تعادل بلندمدت تعدیل می‌شود. مقدار ضریب تعدیل در مدل اول، منفی و به لحاظ آماری معنی‌دار است، به طوری که اگر سرمایه‌گذاری خصوصی، از مسیر تعادل بلندمدت خود خارج شود، هر سال حدود ۳۳ درصد از عدم تعادل جبران می‌شود.

جدول ۳- نتایج الگوی تصحیح خطا مدل اول

متغیر توضیحی	ضریب	آماره t	سطح احتمال
عرض از مبدأ	۰/۱۴۵	۲/۷۷۲	۰/۰۱۸
تفاضل مرتبه اول تولید ناخالص داخلی	-۰/۰۰۰۰۰۲	-۰/۳۱۸	۰/۷۵۶
وقفه اول تفاضل مرتبه اول تولید ناخالص داخلی	۰/۰۰۰۰۰۴	۳/۶۲۷	۰/۰۰۴
تفاضل مرتبه اول نرخ بهره واقعی	-۰/۰۰۶	-۳/۵۶۳	۰/۰۲۶
وقفه اول تفاضل مرتبه اول نرخ بهره واقعی	-۰/۰۰۴	-۱/۹۴۴	۰/۰۷۸
تفاضل مرتبه اول مخارج جاری دولت	۰/۰۰۰۰۰۲	۰/۰۰۰۰۰۳	۰/۷۵۵
تفاضل مرتبه اول مخارج سرمایه‌ای دولت	۰/۰۰۰۰۰۷	۰/۹۹۸	۰/۳۴۰
ضریب تصحیح خطا	-۰/۳۲۹	-۲/۲۵۸	۰/۰۴۵
آماره F	۱۱/۲۷۸		۰/۰۰۱
ضریب تعیین	۰/۸۹۷		
ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۷۹۵		
آماره دوربین و واتسون	۲/۳۱۵		

همچنین نتایج جدول شماره چهار نشان می‌دهد که همچنان تولید ناخالص داخلی اثر مثبت و معنی‌داری در کوتاه‌مدت بر سرمایه‌گذاری خصوصی بنگاه‌ها داشته و اثر نرخ بهره واقعی و کسری بودجه دولت بر سرمایه‌گذاری خصوصی بنگاه‌ها از نظر آماری تایید نمی‌شود. مقدار ضریب تعدیل در مدل دوم نیز منفی و به لحاظ آماری معنی‌دار است و نشان می‌دهد که اگر سرمایه‌گذاری خصوصی، از مسیر تعادل بلندمدت خود خارج شود، هر سال پنج درصد از عدم تعادل جبران می‌شود.

جدول ۴- نتایج الگوی تصحیح خطا مدل دوم

متغیر توضیحی	ضریب	آماره t	سطح احتمال
عرض از مبدأ	۰/۱۱۳	۲/۹۳۷	۰/۰۱۲
وقفه اول تفاضل مرتبه اول سرمایه‌گذاری خصوصی	-۰/۵۵۸	-۳/۱۴۶	۰/۰۰۲
وقفه اول تفاضل مرتبه اول تولید ناخالص داخلی	۰/۰۰۰۰۱	۰/۹۶۲	۰/۰۷۳
تفاضل مرتبه اول تولید ناخالص داخلی	۰/۰۰۰۰۵	۵/۳۳۵	۰/۰۰۱
تفاضل مرتبه اول نرخ بهره واقعی	۰/۰۰۲	۱/۴۵۴	۰/۱۷۱
تفاضل مرتبه اول کسری بودجه دولت	۰/۰۰۰۰۰۳	۰/۹۵۱	۰/۳۶۰
ضریب تصحیح خطا	-۰/۰۴۱	-۳/۸۸۸	۰/۰۰۲
آماره F		۱۳/۲۷۱	۰/۰۰۱
ضریب تعیین		۰/۸۷۸	
ضریب تعیین تعدیل شده		۰/۸۰۱	
آماره دوربین و واتسون		۲/۰۷۸	

بحث و نتیجه‌گیری

تحلیل اثرهای متغیرهای کلان اقتصادی بر بخش‌های گوناگون صنعت ورزش می‌تواند بر اتخاذ تصمیم‌های راهبردی مناسب در جهت حل مسائل و مشکلات ذی‌نفعان این صنعت و عموم مردم راهگشا باشد. براساس نتایج پژوهش، بین مخارج جاری دولت و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در کارگاه‌های تولید کالاهای ورزشی رابطهٔ بلندمدت منفی و معنادار وجود دارد؛ درحالی‌که اثر بلندمدت مخارج سرمایه‌ای بر سرمایه‌گذاری خصوصی در این بخش، مثبت و معنادار است. با توجه به اینکه به‌طورکلی افزایش مخارج جاری از طریق افزایش نرخ بهره و تورم سبب کاهش سرمایه‌گذاری خصوصی می‌شود، اثر برون‌رانی مخارج جاری منطقی است. همچنین، میان کسری بودجه و سرمایه‌گذاری خصوصی در بخش تولید کالاهای ورزشی رابطهٔ بلندمدت منفی و معنادار وجود دارد. برخی پژوهشگران اقتصادی مانع اصلی در روند سرمایه‌گذاری در بخش‌های گوناگون صنعت ورزش کشورها را رؤیت‌نشدن مستقیم منافع قابل‌برگشت حاصل از این سرمایه‌گذاری می‌دانند (رستم‌زاده، صادقی، عساری، یاوری، ۲۰۱۴). براساس نتایج پژوهش حاضر نیز مخارج سرمایه‌ای دولت (به‌طورکلی) بر جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در صنایع تولیدی ورزش در بلندمدت اثرگذار بوده است. به‌همین‌روال، بسیاری از آثار، فواید و عواید اقتصادی و غیراقتصادی دیگر ورزش در طول سالیان متمادی و در نسل‌های یک ملت مشخص خواهند شد؛ برای مثال، ارتقای سطح سلامت شهروندان و کاهش هزینه‌های درمانی خانوارها به‌واسطهٔ افزایش مشارکت همگانی در ورزش، شاید

در هیچ طرحی آماری قابل اندازه‌گیری نباشد؛ از این رو، دولت‌ها باید صرف‌نظر از اثرهای کوتاه‌مدت سرمایه‌گذاری در ورزش به این بخش توجه کنند؛ هرچند به نظر می‌رسد سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای تولیدی ورزشی در کوتاه‌مدت نیز می‌تواند در افزایش تعداد شاغلان و پویایی اقتصاد کشور مؤثر باشد؛ زیرا، تقریباً تمامی کارگاه‌های تولید کالاهای ورزشی در ایران درزمرهٔ بنگاه‌های زودبازده و صنایع کوچک و متوسط اقتصادی طبقه‌بندی می‌شوند؛ بنابراین، دولت باید در وهلهٔ اول برای ارتقای سطح سلامت و نشاط جامعه و شهروندان، کاستن هزینه‌های بخش درمان در بلندمدت، مقابله با آسیب‌ها و ناهنجاری‌های اجتماعی و غیره و در وهلهٔ دوم برای حمایت از تولیدات ملی، توسعهٔ اشتغال و کارآفرینی و دلایل متعدد اقتصادی و غیراقتصادی دیگر، از سرمایه‌گذاری در تولید کالاهای ورزشی حمایت مستمر و کافی کند؛ البته صاحبان این مشاغل باید با تدوین راهبردهای مناسب و مبتنی بر مبانی علمی برای توسعهٔ روز افزون مراکز تولیدی کالاهای ورزشی خود همت کنند؛ زیرا، کوچک بودن این واحدها با وجود تمامی مزایای ذکرشده ضعف‌هایی نیز دارد. در واقع، در نظریه‌های سنتی کارایی، با توجه به صرفه‌های ناشی از مقیاس به استقرار صنایع بزرگ تمایل بیشتری وجود داشته است و صنایع کوچک و متوسط به دلیل برخوردار نبودن از این صرفه‌ها غیراقتصادی تلقی می‌شدند (اشمیتز^۱، ۱۹۹۵). اندازهٔ کوچک به این بنگاه‌ها اجازه نمی‌دهد تا در آموزش، فناوری، کیفیت، پژوهش و توسعه، مطالعهٔ بازار و غیره سرمایه‌گذاری کنند و قادر نیستند برای انجام فعالیت‌های اساسی کسب‌وکار مانند بازاریابی، حسابداری و مدیریت تخصص‌های شغلی موردنیاز را استخدام کنند (سگلی^۲، ۲۰۰۳). در پژوهش‌هایی از جمله مطالعات فلزنستین و جیمون^۳ (۲۰۰۸) و دماسنیر و کلایز^۴ (۲۰۱۲) بر ضعف‌های کسب‌وکارهای کوچک و متوسط اشاره شده است؛ بنابراین، این محدودیت‌ها و ویژگی‌های کلیدی باعث می‌شوند که ماهیت بازاریابی صنایع کوچک و متوسط، ساده، منعطف، غیررسمی، کوتاه‌مدت، اتفاقی و اغلب واکنشی و منفعل به فعالیت رقبا باشد (کارسون، گیل‌مور، پری، گرون‌گویج^۵، ۲۰۰۱)؛ البته صاحبان این‌گونه مشاغل در ایران باید علاوه بر توجه مستمر به شرایط محیطی کسب‌وکار خود از جمله تصمیم‌های اقتصادی دولت‌ها برای تجربیات کسب‌وکارهای ورزشی کوچک و متوسط موفق در سایر کشورها و بهره‌مندی از مزایای واحدهای صنعتی کوچک و متوسط، بر مشکلات و محدودیت‌های ناشی از کوچک بودن بنگاه اقتصادی خود پیروز شوند. پژوهشگران دلایل پیشرفت روزافزون کسب‌وکارهای ورزشی کوچک و

-
1. Schmitz
 2. Ceglie
 3. Felzensztein, Christian & Gimmon, Eli
 4. De Maeseneire & Claeys
 5. Carson, Gilmore, Perry & Grongaug

متوسط در تایوان را به واسطه تلاش بی‌وقفه تولیدکنندگان این کشور، در استفاده از به‌روزترین فناوری‌های تولید کالاهای ورزشی، اصرار بر ارتقای توانمندی‌های تحقیق و توسعه و خطوط تولید، پاسخ‌های سریع و به‌موقع به نیازهای بازار، داشتن ثبات در کیفیت محصولات، تلاش خستگی‌ناپذیر برای توسعه بخش‌های بالادستی، میانی و پایینی و حفظ پیوسته مدیریت مؤثر می‌دانند (هوی-فو، ۲۰۱۲). تولیدکنندگان کالاهای ورزشی در ایران نیز باید به آموزش مدیران و کارکنان، به‌روزرسانی فناوری‌ها، بهبود مستمر کیفیت، توسعه و تحقیق و ابتکارها، کاستن از بهای تمام‌شده محصولات نهایی و کسب مزیت رقابتی از طریق رهبری هزینه‌ها، مطالعه بازار، بهره‌گرفتن از ابزارهای علمی و عملی و با مطالعه تجربیات تولیدکنندگان بزرگ و موفق کالاهای ورزشی همچون آدیداس، نایک، آلیش‌پرت و غیره توجه کنند. آن‌ها باید با اتخاذ راهبردهای مناسب بازاریابی و فروش، بسته به جایگاه محصولات خود در چرخه عمر و شرایط اقتصادی کشور ایران و سایر کشورهای منطقه و جهان بتوانند علاوه بر گسترش تولیدات خود و صدور آن‌ها به سایر کشورها و معرفی برندهای موفق ایرانی و تبدیل خود به صنایع بزرگ، از مزایای صنایع بزرگ ورزشی نیز بهره‌مند شوند.

References

1. Alizadeh, Z., & Honari, H. (2010). Investigation of the factors affecting entrepreneurship in sport as an interdisciplinary field, *Quarterly Journal of Interdisciplinary Studies in Humanities*, 2, 113-136. (Persian).
2. Askariyan, F. (2004). Review the economic situation of the sports industry in the years 1377 and 1380 (with an emphasis on estimating GDSP) (Unpublished doctoral dissertation). Tehran University, Tehran. (Persian).
3. Askariyan, F., Asgharpour, H., & Sarlab, R. (2016). Examining the relative competitive advantage of Iran's sports goods export. *Sport Management Studies*, 35, 67-72.
4. Askarian, F., & Jafari, A. (2007). Exchange rate of the international sports goods in the years 1999 and 2002, *Olympic Journal*, 4(40), 97-107. (Persian).
5. Branson, W. H. (2009). *Macroeconomic theory and policy* (A. Shakeri, Trans). Tehran: Ney Publication. (Original work published 1998). (Persian).
6. Carson, D. (1990). Some exploratory models for assessing small firms' performance. *European Journal of Marketing*, 24, 8-51.
7. Carson, D., Gilmore, A., Perry, Ch., & Gronhaug, Kjell. (2001). *Qualitative Marketing Research*, Sage Publications, London.
8. Ceglie, G. (2003). Cluster and network development: Example and lessons from UNIDO experience. Available at: https://www.unido.org/sites/default/files/2010-06/e-book_cluster-report_0.PDF.

9. De Maeseneire, W., & Claeys, T. (2012). SMEs, foreign direct investment and financial constraints: The case of Belgium. *International Business Review*, 21(3), 408-424.
10. Deputy Head of Strategic Planning and Supervision of the president, Documentation Center, Documents and Publications. (2013). Budget laws of 1372-1392, adopted by the Islamic Consultative assembly, single item and large tables of resources and budget expenditures.
11. Felzensztein, Ch., & Gimmon, E. (2008). The Influence of Culture and size Upon Inter-firm Marketing Cooperation-A Case Study of the Salmon Farming Industry, *Marketing Intelligence & Planning*, 25(4), 377-93.
12. Feng R, Xiaoling Zh. (2011). Financial competitiveness evaluation on sporting goods listed enterprises:A China study. *African Journal of Business Management*. 5(17):7404-740. <http://www.academicjournals.org/AJBM>.
13. Hassangholi Pour, T., Iravani, M., Notash, M., & Mousavi Nagabi, S. M. (2015). Designing a model for small and medium industry development (Case study: Food and beverage industries). *Development Management Process*, 28(3), 20-45. (Persian).
14. Huei-Fu, L. (2012). The economic challenge and opportunity of sport industry in Taiwan. *Modern Economy*, 3(1), 51-53.
15. Kustepeli, Y. (2005). Effectiveness of fiscal spending: Crowd out/in. Working Papers of Yonetim economy. Available at: <http://mjs.um.edu.my/index.php/ijie/article/download/4873/2731/>. (Accessed 11 September 2017).
16. Moharamzade, M. (2006). Sport marketing management. Uromia University, SID Press. 69 (Persian).
17. Naderian Jahromi, M. (2005). Fundamentals of sociology in sport. Isfahan: Fine Arts Publishing, 84. (Persian).
18. O'Dwyer, M., Gilmore, A., & Carson, D. (2009). Innovative marketing in SMEs. *Journal of Strategic Marketing*, 17(5), 383-396.
19. Padash, D., Soltan Hoseyni, M., & Khabiri, M. (2011). Valuation of social and legal factors affecting the privatization of sports clubs. *Sports Management*, 11, 33-52. (Persian).
20. Rocha, E. (2012). The impact of the business environment on the size of the micro, small and medium enterprise sector: Preliminary findings from a cross-country comparison. *Procedia Economics and Finance*, 4, 335-349.
21. Rostamzadeh, P., Sadeghi, H., Assari, A., & Yavari, K. (2014). The effect of state investment in sport on Iran's economic growth. *Economic Research Quarterly*, 4, 172-210. (Persian).
22. Sadeghi, R., Kashkar, S., Ghasemi, H., & Kargar, G. (2013). Determine and compare the causes of customers' desire to buy foreign sports goods from the perspective of manufacturers, sellers and consumers. *Applied Research in Sport Management*, 2, 21-32. (Persian).
23. Sajjadi, S. (2008), Management of sports organizations. SAMT: Tehran. (Persian).
24. Schmitz, H. (1995). Small shoemakers and fordist giants: Tale of a Supercluster. *World Development*, 23(1), 9-28.
25. Sharifian, I., Nouri Norahi, T., & Mohammadi, S. (2016). Identifying and prioritizing influential factors on the development of online shopping for sporting goods. *Sport Management Studies*, 37, 109-126. (Persian).

26. Sharifian, I., Yousefi Zarandi, M., & Ghahraman Tabrizi, Q. (2016). Internal barriers to exercise industry in exposure to outdoor sport goods. *Applied Research in Sport Management*, 5(1), 73-82. (Persian).
27. Soleimani, G. (2015) Approaches and models of small industries development in Iran. Tehran: Ayeen Mahmood Publishing. (Persian).
28. The Statistics Center of Iran (2017). The results of the survey of industrial workshops of 10 employees and more. Available at www.amar.org. (Accessed 10 May 2017). (Persian).
29. The Statistics Portal. (2017). Sporting Goods Industry - Statistics & Facts. Available at: <https://www.statista.com/topics/961/sporting-goods/> (Accessed 5 August 2017).
30. The United Nations Industrial Development Organization. (2009). Strategy for increasing the effective and competitive participation of the small and medium sized industries (A. R. Shaghaghi, & M. Shafeei, Trans). Tehran: Resa. (Original work published 1998). (Persian).
31. Weisi, K., Koozechian, H., Ehsani, M., & Keshtidar, M. (2015). Explore the organizational agility process of manufacturing companies using the foundation data theory. *Sports Management Studies*, 7(34), 51-72. (Persian).

استناد به مقاله

عسکریان، فریبا، گنج خانلو، جعفر، و طهماسبی، فرامرز. (۱۳۹۹). تأثیر مخارج مالی دولت ایران بر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در کارگاه‌های تولید کالاهای ورزشی. *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۱۲ (۵۹)، ۷۳-۹۰. شناسه دیجیتال: 10.22089/smrj.2018.5824.2170

Askarian, F., Ganj Khanloo, J., Tahmasebi, F. (2020). The Effect of Iranian Government Financial Costs on Private Sector Investments in Sports Products Manufacturing Workshops. *Sport Management Studies*, 12 (59):73-90 (Persian). DOI: 10.22089/smrj.2018.5824.2170

The Effect of Iranian Government Financial Costs on Private Sector Investments in Sports Products Manufacturing Workshops

F. Askarian¹, J. Ganj Khanloo², F. Tahmasebi³

1. Associate Professor of Sport Management, University of Tabriz and Kharazmi University (Corresponding Author)
2. Ph.D. in Sport Management, University of Tabriz, Iran
3. Assistant Professor of Economics, Payame Noor University of Khodabandeh

Received: 2018/05/11

Accepted: 2018/08/18

Abstract

The purpose of this study is to investigate the effects of government financial costs, including current expenditures, government capital expenditures, and the governmental budget deficit, on private sector investment in sports products manufacturing workshops. This study specifically utilizes EViews software (version 9) and Microfit (4.1) to apply self-regression and error-correction models on data from the twenty-year period between 1993-2013. The sample population includes all industrial workshops located in the country, in both urban and rural areas. The results of this study indicate that an increase in current government expenditures, by increasing capital expenditures and investment in economic infrastructures, has an inertial effect on private investment in these production units. Consequently, this study supports the position that the adoption of appropriate economic policies by the government and the prevention of budget deficits can stimulate private sector investment in the sports industry and the development of its affiliated businesses.

Keywords: Private Sector, Investment, Financial Costs, Sports Businesses, Sports Industry.

1. Email: daniel_1380@yahoo.com

2. Email: ganjkhanloojafar@yahoo.com

3. Email: tahmasebi.faramarz@yahoo.com