

Providing a Framework for Strategic Analysis of Stakeholder Participation in Sports Industry Development in Iran

Salman Sedigh¹, Mehrali Hemati Nezhad², Shahram Shafiee³, and Mohammad Hasan Gholizade⁴

1. PhD Student in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Guilan, Rasht, Iran.
2. Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Guilan, Rasht, Iran.
3. Assistant Professor in Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Guilan, Rasht, Iran.
4. Associate Professor in Management Department, Faculty of Literature and Humanities, University of Guilan, Rasht, Iran.

Received: 8 January 2020

Accepted: 8 June 2020

Extended Abstract

Summary

In this work, a concise and comprehensive summary of the English extended abstract is presented. It concisely describes the content, subject, objectives, scientific logic or method(s), and the most important findings and conclusions of the research work.

Introduction

The growth of sports participation institutions such as athletes, spectators, volunteers, coaches, media, and companies has led to the growth of sports as a new industry. Therefore, one of the basic prerequisites for the development of sports is the growth of the participation of different stakeholders, and in fact, the type of participation of stakeholders in the sports industry determines the extent of its development. In this regard, a research review showed that a comprehensive understanding of the factors that determine it, especially the emerging factors, had not yet been provided. The purpose of this work was to design and explain a framework for the conceptual analysis of stakeholder participation in the sports industry in Iran.

Methodology and Approach

The research methodology was a systematic qualitative one. The sources of data collection consisted of two sections: information resources (scientific resources) and human resources (experts) related to the research subject. The studied sources in both sections were estimated sufficiently based on the theoretical saturation and sampled purposefully (24 subjects and 108 copies). The research tool was a transcript of a library study and an exploratory interviewed framework. The validity of the tool was first controlled on the basis of the scientific and legal validity of the individuals and documents, and then from the viewpoint of the experts used to examine the content and formality of the content. In addition, the coefficient of agreement between the scribes was calculated. In order to analyze the findings, the conceptual coding-based framework analysis and design methods were used.

Results and Conclusions

187 identified components were categorized into 5 levels, 9 landscapes, and 31 dimensions that included the level of environment and ecosystem (national and international environment), level of role and actors (elements and guidance), level of support and structure (processes and resources), level of engagement

and participation (levels of sport and industry sectors), and level of outcomes and development (functions and sustainability). The general relationships between the variables in the model were plotted. Based on the framework, it can be said that development of the sports industry follows the principles of system management, and its key and strategic factors determine the strategic direction of development in the model so that the managers must base it on the planning, implementation, and evaluation.

Keywords: Development Plans, Development Model, Sports Development, Sports Economics.

To cite this article:

Sedigh, S., Hemati Nezhad, M. A., Shafiee, S., & Gholozadeh, M. H. (2020). Providing a Framework for Strategic Analysis of Stakeholder Participation in Sports Industry Development in Iran. *Journal of Human Resource Management in Sport*, 7(2), 331-349.

Corresponding Author: **Salman Sedigh**

E-mail: salmansedigh@yahoo.com

ارائه چارچوبی برای تحلیل راهبردی مشارکت ذی‌نفعان در توسعه صنعت ورزش کشور

سلمان صدیق^{۱*}، مهرعلی همتی‌نژاد^۲، شهرام شفیعی^۳ و محمدحسن قلی‌زاده^۴

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران

۲. استاد مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران

۳. استادیار مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران

۴. دانشیار گروه مدیریت، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۳/۱۹

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۰/۱۸

چکیده

هدف: هدف از این پژوهش طراحی و تبیین یک چارچوب تحلیل مفهومی برای تحلیل راهبردی مشارکت ذی‌نفعان در توسعه صنعت ورزش کشور بود.

روش‌شناسی: روش تحقیق از نوع تحقیقات کیفی نظام‌مند است. منابع جمع‌آوری یافته‌ها شامل، دو بخش منابع اطلاعاتی (منابع علمی) و منابع انسانی (صاحب‌نظران) مرتبط با موضوع پژوهش بود. منابع مورد مطالعه در هر دو بخش به تعداد قابل کفایت براساس اشباع نظری برآورد و به‌صورت هدفمند و دردسترس نمونه‌گیری شد (۲۴ نفر و ۱۰۸ نسخه). ابزار پژوهش شامل، رونوشت مطالعه کتابخانه‌ای و چارچوب مصاحبه اکتشافی بود. روایی ابزار ابتدا براساس تعیین اعتبار علمی و حقوقی افراد و اسناد کنترل شد، سپس از نظر متخصصان برای بررسی روایی محتوایی و صوری استفاده گردید. علاوه بر این ضریب توافق بین مصححان کدگذاری محاسبه شد. جهت تحلیل یافته‌های پژوهش از روش‌های تحلیل و طراحی چارچوب مبتنی بر کدگذاری مفهومی استفاده گردید.

یافته‌ها: ۱۸۷ مؤلفه شناسایی شده در ۵ سطح، ۹ منظر و ۳۱ بُعد دسته‌بندی شدند که شامل، سطح محیط و اکوسیستم (محیط ملی و بین‌المللی)، سطح نقش و بازیگران (ارکان و راهبری)، سطح پشتیبانی و ساختار (فرایندها و منابع)، سطح تعامل و مشارکت (سطوح ورزش و بخش‌های صنعت) و سطح پیامد و توسعه (کارکردها و پایدارسازی) است. روابط کلی بین متغیرها در مدل ترسیم گردیده است.

نتیجه‌گیری: براساس چارچوب می‌توان گفت که توسعه صنعت ورزش از اصول مدیریت سیستمی پیروی می‌کند و عوامل کلیدی و راهبردی آن جهت‌گیری مسیر راهبردی توسعه را در مدل تعیین می‌کند تا مدیران باید در برنامه‌ریزی، اجرا و ارزیابی آن را مبنا قرار دهند.

واژه‌های کلیدی: نقش‌های توسعه، مدل توسعه، توسعه ورزش، اقتصاد ورزش.

مقدمه

رشد جمعیت مشارکت‌کننده در ورزش مانند، ورزشکاران، تماشاگران، داوطلبان و رسانه‌ها سبب شده است تا صنعت ورزش رشدی فزاینده پیدا کند؛ به طوری که اکنون در بین ۱۰ صنعت برتر اروپا و آمریکا قرار دارد. سرمایه‌گذاری ورزشی کشورهایی مانند، قطر، ترکیه، چین و روسیه در یک دهه اخیر نمونه‌هایی بارزی از این توجهات هستند (رضوی، ۱۳۹۷) و این سرمایه‌گذاری بر رضایت ذی‌نفعان ورزش این کشورها بسیار تأثیر گذار بوده است. ورزش به دلیل جلب مشارکت اقشار و گروه‌های اجتماعی مختلف تولید محصولات ورزشی، نقش مهمی به‌عنوان یک جزء کلیدی در توسعه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی دارد و با اثرات مستقیم و غیر مستقیم خود، عامل مؤثری در پیشرفت جوامع قرن بیست و یکم به شمار می‌آید. سهم تولید ناخالص ملی حاصل از صنعت ورزش برخی از کشورهای پیشرفته، بیش از چهار درصد گزارش شده است. به طوری که اندازه تخمینی کل صنعت ورزش آمریکا در سال ۲۰۱۷، بیش از ۶۰۰ میلیارد دلار بوده، در حالی که اندازه تخمینی صنعت ورزش جهان بیشتر از ۲ تریلیون دلار در همان سال بوده است. اشتغال‌زایی ورزش نیز در کشوری مانند انگلستان از بخش کشاورزی آن بیشتر است (گزارش راهبردی برنامه ششم توسعه وزارت ورزش، ۱۳۹۶).

هر چند از دهه ۱۹۶۰ اقتصاد و ورزش به مدد گسترش رسانه‌ها با یکدیگر به تعامل پرداختند و روند موسوم به تجاری شدن ورزش شکل نوینی به خود گرفت، اما مولین^۱ (۱۹۸۳) برای اولین بار ورزش را به‌عنوان یک صنعت مورد مطالعه قرار داد. او اشاره داشت، هرگونه فعالیت ورزشی آماتور و حرفه‌ای که موجبات افزایش ارزش افزوده کالا و خدمات ورزشی را فراهم کند، صنعت ورزش محسوب می‌شود. مطالعات بعدی اجزای صنعت ورزش را براساس نوع فرآورده مرتبط با آنها تقسیم کرده‌اند؛ مانند بخش عملکرد ورزشی، تولیدات ورزشی و توسعه ورزشی (مارک جی و لی^۲، ۱۳۹۰). به‌صورت کلی براساس جمع‌بندی تحقیقات و منابع می‌توان گفت که صنعت ورزش سیستمی، متشکل از عناصر و بازیگرانی است که دارای فعالیت‌های مرتبط با تولید، مبادله و بازاریابی کالاها و خدمات ورزشی هستند و در توسعه اقتصادی ورزش و کارکردهای آن در جامعه نقش دارند.

توسعه صنعتی و اقتصادی ورزش بر ارتقای کیفیت ورزش در کل جامعه تأثیر می‌گذارد (زمانی‌مقدم و فارسی، ۱۳۹۵) و به مشارکت گروه‌های دوست‌دار ورزش و رفتار اقتصادی آن‌ها وابسته است. از این رو در توسعه صنعت ورزش دو نوع رویکرد مورد توجه است: الف) توسعه‌ای که کشور با به‌کارگیری مالیات‌های عمومی در این زمینه انجام می‌دهند و انتظار دارند که صنعت ورزش توجه مشتریان، مصرف‌کنندگان و ذی‌نفعان زیادی را جلب نموده و رونق تجاری بیشتری در جامعه ایجاد نماید ب) نوع دیگر مشارکت بخش خصوصی است که هدف از این نوع سرمایه‌گذاری، افزایش رقابت و پویایی سودآور در بازار است. هر دو رویکرد، مبتنی بر نوع مشارکت ذی‌نفعان و منابع انسانی در ورزش است. در واقع صنعت ورزش نسبت به بسیاری از صنایع دیگر، وابستگی زیادی به مشارکت و رفتار افراد دارد مانند، ورزشکاران آماتور و حرفه‌ای، هواداران، داوطلبان، متخصصان و مربیان.

در تبیین نقش ذی‌نفعان در توسعه صنعت ورزش می‌توان به وضعیت و کارکرد آن در این صنعت پرداخت. نوع مشارکت ذی‌نفعان صنعت ورزش در هر کدام از جوامع در حال گذار شرایط خاص سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و جغرافیایی دارد. براساس شواهد صنعت ورزش در ایران نیز رشد قابل توجهی در یک دهه اخیر داشته است؛ اما به‌صورت کلی در نظام مدیریت صنایع ایران، ورزش با وجود گستردگی بازاری که دارد، هنوز از یک سیستم راهبردی مشخصی برخوردار نیست و میزان و نوع مشارکت ذی‌نفعان چندان از الگوی بین‌المللی پیروی نمی‌کند. برخی شواهد تایید‌کننده این وضعیت هستند. مانند اینکه جمعیت هواداران ورزشی کشور هنوز شناسه هواداری مانند کشورهای پیشرفته ندارند. جمعیت داوطلبان ورزشی هنوز سازماندهی مشخصی ندارند. بیشترین میزان صادرات کالاهای ورزشی، در سال ۹۲ بوده است که ارزش آن بالغ بر ۵/۹۴ میلیون دلار است؛ همچنین حداکثر

1. Mullin

2. Mark and Lee

واردات کالاهای ورزشی به ارزش ۱۱۴/۹۳ میلیون دلار است. از طرفی مقادیر منفی خالص صادرات طی پنج سال نشان می‌دهد که ایران وارد کننده عمده کالاهای ورزشی است که مؤید کسری تجاری است. از طرفی، بیشترین میزان صادرات خدمات ورزشی در سال ۹۴ بوده است که ارزش آن بالغ بر ۹ میلیون دلار است و حداکثر واردات به ارزش ۱۳ میلیون دلار، مربوط به سال ۹۳ است. از طرفی سهم تجارت خارجی محصولات ورزشی از تولید ناخالص داخلی کشور، در سال‌های مورد بررسی ناچیز است (فخری، ۱۳۹۶).

یکی از جنبه‌های مسئله این پژوهش، این است که نمی‌توان با ارائه یک الگوی توسعه برای صنعت ورزش و مشارکت نقش‌های آن، مشکلات آن را برطرف نمود، اما مطالعه الگوهای مختلف کمک می‌کند تا بتوان موارد مثبت هر کدام از آنها را استخراج کرد و با توجه به شرایط خاص ورزش الگویی بومی و متناسب با مسائل خاص ایران ارائه نمود (رضانی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۷). از این رو جهت تبیین بهتر مسأله پژوهش، به مرور و نقد تحقیقات پیشین اقدام شد. در تحقیقات داخلی، گوهر رستمی و همکاران (۱۳۹۲) در گونه‌شناسی ذی‌نفعان در سیستم ورزش کشور گزارش کرد که بیشترین نقش مربوط به سازمان‌های ملی و مدیران است. رستم‌زاده و همکاران (۱۳۹۳)، در بررسی اثر سرمایه‌گذاری دولت در بخش ورزش بر رشد اقتصادی در ایران نشان داد که سرمایه‌گذاری دولت در ورزش اثر معنی‌داری بر رشد اقتصادی ندارد. نظری قنبری و صابونچی (۱۳۹۳) در تحلیل نقش آموزش و سرمایه‌انسانی در رقابت‌پذیری اقتصادی ورزش استان‌های غرب کشور نشان دادند که این رابطه قابل توجه است. آقایی شهری (۱۳۹۳) در تبیین و مدل‌سازی عوامل صنعت ورزش کشور گزارش کرد که ۱۸ عامل در تبیین صنعت ورزش نقش دارند (اماکن، سازمان‌ها، رویداد، گردشگری، منابع انسانی، کالا و خدمات، رسانه و مواردی دیگر). گنج‌خانلو (۱۳۹۶) در تعیین موقعیت استراتژیک صنعت ورزش کشور گزارش کرد که جایگاه راهبردی این صنعت در موقعیت تدافعی است. افشاری (۱۳۹۴) در تحلیل علی‌اثرگذاری مدیریت فرانوگرا، اقتصاد مقاومتی و توسعه ورزش در توسعه اقتصادی صنعت ورزش ایران گزارش کرد که شفاف‌سازی اقتصاد و سالم‌سازی آن به همراه جلوگیری از فعالیت‌ها و زمینه‌های فسادزا در حوزه‌های پولی در ورزش می‌تواند در گسترش و توسعه اقتصادی صنعت ورزش تعیین کننده باشد. پژوهش شریفیان و همکاران (۱۳۹۵)، حاکی از این بود که بین موانع درون‌بخشی رقابت‌پذیری با کالاهای خارجی در بخش تولیدی صنعت ورزش ایران اختلاف معنی‌داری وجود دارد. فرازبانی (۱۳۹۵) در طراحی الگوی سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش ایران گزارش کرد که عوامل قانونی و سیاسی، عوامل فرهنگی و اجتماعی، عوامل مالی و اقتصادی و سایر با میزان متفاوتی در چهار حوزه ورزش قهرمانی، حرفه‌ای، تربیتی و همگانی، اثرگذار هستند. عبدالملکی (۱۳۹۵) مدل رفتار مصرف کننده صنعت ورزش کشور را مشتمل بر عوامل آمیخته بازاریابی، عوامل روانی، عوامل فردی، عوامل اجتماعی و عوامل فرهنگی طراحی و ارائه کرده است. ریحانی (۱۳۹۵) در طراحی مدل مزیت رقابتی صنعت تولیدات ورزشی گزارش کرد که عامل منابع رقابتی، به‌عنوان متغیر مستقل از طریق نقش میانجی هوشمندی رقابتی و کارآفرینی استراتژیک بر مزیت رقابتی تأثیر داشت. کشاورز و همکاران (۱۳۹۶) گزارش کردند که عامل زیر ساخت‌های مالی و اداری، توانمندی‌های محقق، نظام آموزشی، راهبردهای تحقیقاتی و تعاملی، شخصیتی و فرهنگی و شبکه اطلاعاتی بر رفتار ذی‌نفعان در تجاری‌سازی حوزه ورزش تأثیر دارند. فرهنگ‌مهر (۱۳۹۶) در بررسی اکوسیستم کارآفرینی در صنعت ورزش پرداخت و گزارش کرد که به‌صورت زنجیره از عوامل محیطی مانند، آموزش، حمایت، نوآوری و سایر در رشد کارآفرینی ورزشی نقش دارند. فخری (۱۳۹۶) در طراحی مدل عوامل موثر بر سهم محصولات ورزشی در تجارت خارجی کشور گزارش کرد که عوامل مدیریتی ساختاری، عوامل فنی و علمی، آمیخته بازاریابی، حمایت‌های دولت و سایر به ترتیب بر سهم محصولات ورزشی در تجارت خارجی کشور موثرند. بخشنده (۱۳۹۶) در تدوین و برآورد مدل رشد اقتصادی صنعت ورزش ایران نشان داد، متغیرهای اندازه دولت، موجودی سرمایه، نیروی فعال، سرریز تکنولوژی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر رشد اقتصادی صنعت ورزش ایران دارند. طیبی و همکاران (۱۳۹۶) در بررسی نقش ذی‌نفعان لیگ برتر فوتبال نشان دادند که مربیان، بازیکنان، سازمان لیگ و فدراسیون، هیأت

مدیره باشگاه‌ها، مدیران تیم‌ها، حامیان مالی، رادیو و تلویزیون، سازمان‌ها و هواداران به ترتیب دارای اولویت می‌باشند. رضایی و صالحی‌پور (۱۳۹۷) عوامل مؤثر بر توسعه صنعت ورزش ایران را شامل عوامل، سیاست‌زدایی، مدیریت اثربخش و کارآمد، توسعه منابع انسانی، ارتقاء زیرساخت‌ها و توسعه فضاهای ورزشی استاندارد، طراحی نظام استعدادیابی، اصلاح ساختار، تجاری‌سازی، خصوصی‌سازی و استقرار مکانیزم توسعه گزارش کردند. خیری (۱۳۹۷) در طراحی مدل جذب سرمایه‌گذاری در صنعت ورزش استان گیلان گزارش کرد که متغیر رقابت و سودآوری با میانجی امنیت و دسترسی و میانجی متغیر مدیریتی و حمایتی بر متغیر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی اثرگذار و دارای رابطه معنی‌دار بوده‌اند. محمدی (۱۳۹۷) در طراحی مدل توانمندسازی راهبردی عملکرد صادراتی صنعت ورزش ایران گزارش کرد که مقوله‌های اقتصاد مقاومتی، راهبردهای صادرات، برنامه‌های توسعه صادرات و توسعه اقتصادی صنعت ورزش بر توانمندسازی عملکرد صادراتی تولیدات ورزشی اثر علی دارند. نظریان (۱۳۹۸) در آسیب‌شناسی سیستم تولید تا مصرف کالاها و تجهیزات ورزشی ایرانی گزارش کرد که چالش‌های شناسایی شده به ترتیب میزان فراوانی در بخش تولید، مصرف و توزیع است. شجاعی (۱۳۹۸) در تحلیل عوامل مؤثر بر شکل‌گیری ثروت انسانی در گردشگری ورزشی ایران گزارش کرد که عوامل فرهنگی، قانونی، زیرساختی، مالی، فردی و محیطی دارای اثر معنی‌داری هستند. گنج‌خانلو (۱۳۹۸) در تحلیل اثرات سیاست‌های پولی و مالی بر صنعت ورزش ایران نشان داد که در بلندمدت، نقدینگی اثر مثبت و غیر معنی‌دار و مخارج دولت اثر مثبت و معنی‌داری بر تولید ناخالص ورزشی در ایران داشته است.

در تحقیقات خارجی؛ مامیک^۱ (۲۰۰۵) در بررسی مدیریت زنجیره تأمین جهانی محصولات ورزشی گزارش کرد که کفش، پوشاک و خرده‌فروشی ورزشی سه نوع زنجیره تأمین در صنعت ورزش هستند. ندوی^۲ و همکاران (۲۰۱۱) در بررسی صنعت کالاهای ورزشی چین گزارش کردند که زنجیره ارزش جهانی و استانداردهای کار در صنعت کالاهای ورزشی بین‌المللی، بیشترین تأثیر را بر این صنعت در تعیین استراتژی‌ها دارد. نائورایت و رامفورد^۳ (۲۰۱۰) در پژوهشی نشان دادند، تغییر سازمان‌دهی و گرایش باشگاه‌ها به فعالیت‌های مجازی، موجب جذب سرمایه‌گذاران خارجی و بین‌المللی، به خصوص سرمایه‌گذاران آمریکایی شده است. رن و لی^۴ (۲۰۱۱) در بررسی زنجیره ارزش شهر صنعت ورزش‌های اوقات فراغت در چین گزارش کردند که دو استراتژی اکتشاف و ساخت در این زنجیره تعیین‌کننده هستند که مبتنی بر رویکرد ملی اقتصاد این کشور است. تولاکوئیک^۵ و همکاران (۲۰۱۴)، در تحلیل بخش خدمات از صنعت ورزش گزارش کرد که بیشترین حجم فعالیت‌های اقتصادی در بخش چرخه خدمات ورزشی روی می‌دهد. زاهاریا و کابوراکیس^۶ (۲۰۱۵)، در بررسی موانع توسعه صنعت ورزش آمریکا، نشان داد که موانع کاربردی، زیربخش‌های صنعت ورزش و محل سازمان‌های ورزش، مهم‌ترین موانع در این زمینه هستند. گربینگ و تیل^۷ (۲۰۱۵) گزارش کردند که مانع اصلی در روند سرمایه‌گذاری بخش‌های مختلف ورزش مانند رشته‌های ورزشی ابهام در رؤیت منافع قابل برگشت حاصل از این سرمایه‌گذاری به صورت مستقیم است. مای تیان^۸ (۲۰۱۶) در ارزیابی عوامل تأثیرگذار بر قدرت صنعت ورزشی آسیا نشان داد که بهبود سطح زندگی مردم، کلید بهبود وضعیت قدرت صنعت ورزش است. همچنین لی^۹ و همکاران (۲۰۱۷) در مطالعه‌ای با هدف بررسی تأثیر عوامل مدل صنعت ورزش نشان دادند که زنجیره ارزش محصولات ورزشی، حمایت دولت بیشترین اولویت را دارند. یی^{۱۰} و همکاران (۲۰۱۷) گزارش کردند که مزیت‌های مکان توسعه صنعت ورزش، نقش مهمی در ارتقاء تشکیل

1. Mamic
2. Nadvi
3. Nauright and Ramfjord
4. REN and Li
5. Torlakovic
6. Zaharia and Kaburakis
7. Gerbing and Thiel
8. Mi Tian
9. Lee
10. Ye

و توسعه صنایع ورزشی دارد. سرانو^۱ و همکاران (۲۰۱۸) در تجزیه و تحلیل زنجیره ارزش در ورزش برزیل گزارش کرد که ساختار سیستمیک نشان دهنده، مشارکت اقتصادی ورزش (فوتبال) در تولید ناخالص داخلی به عنوان یک متغیر مرکزی است. اسچولنکوف و سیفکن^۲ (۲۰۱۹) در بررسی فرایند ورزش برای توسعه گزارش کردند، مشارکت ورزشی نقش محوری در این زمینه دارد و در واقع مدل مشارکت ورزشی پایه ورزش برای توسعه است.

یافته‌های نظری تیم پژوهش نشان داد که براساس شواهد فراوان صنعت ورزش ایران و مشارکت اقتصادی نقش‌ها و ذی‌نفعان در این زمینه‌ها به ویژه با وجود تحریم‌ها وضعیت مناسبی ندارد و علی‌رغم انجام تعداد محدودی تحقیقات، هنوز شناخت جامعی از عوامل تعیین آن به ویژه عوامل نوظهور ارائه نشده است. علاوه بر این تأثیرات متقابل عوامل تعیین توسعه صنعت ورزش و مشارکت ذی‌نفعان انسانی و سازمانی حقوقی و حقیقی در شرایط اقتصادی موجود، یکی از ملزومات گزینش استراتژی صحیح جهت دستیابی به اهداف در این زمینه است. دیدگاه‌های نظری و تجربی متفاوتی در مورد نوع متغیرها و نحوه ارتباط بین آن‌ها وجود دارد. توسعه دارای روش‌های تحقیق، تحلیل و بیان موضوعاتی است که در حوزه‌های مانند ورزش، جنبه‌های تخصصی است. از این رو شناسایی جامع عوامل موثر بر صنعت ورزش کشور و مشارکت ذینفان در شرایط محیطی امروز بسیار ضرورت دارد. علاوه بر این شناخت و تعیین نوع رابطه این متغیرها در توسعه مشارکت اقتصادی صنعت ورزش، مستلزم انجام تحقیق علمی تخصصی و مبتنی بر چارچوب تحلیلی و مدل است. به دلیل اینکه، صنعت ورزش در هر کدام از جوامع در حال گذار دارای شرایط خاص سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و جغرافیایی است و ارائه تحلیل‌ها و مدل‌های تخصصی و بومی می‌تواند در مدیریت آن حوزه بسیار اثربخش باشد. از این رو در پژوهش حاضر با توجه به شرایط خاص کشور محققان درصدد بودند، الگویی بومی و متناسب با مسائل خاص ایران را ارائه کنند. هدف این بود که الگوی جامع از عوامل تعیین کننده توسعه صنعت ورزش کشور براساس مشارکت ذی‌نفعان طراحی و تبیین شود.

روش‌شناسی

روش تحقیق از نوع کیفی با رویکرد اکتشافی و چارچوب‌بندی مفهومی سیستماتیک بود. تحقیق حاضر در محدود زمانی ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۷ انجام شده است. چارچوب روش‌شناسی این پژوهش، مبتنی بر اکتشاف و چارچوب‌بندی مؤلفه‌های تعیین کننده بود. منابع جمع‌آوری یافته‌ها شامل، دو بخش منابع اطلاعاتی (علمی، کتابخانه‌ای، اسنادی، رسانه‌ای) و منابع انسانی (صاحب‌نظران) مرتبط با موضوع پژوهش بود. منابع مورد مطالعه در هر دو بخش به تعداد قابل کفایت براساس اشباع نظری برآورد و به صورت هدفمند و در دسترس نمونه‌گیری شد (۲۴ نفر و ۱۰۸ نسخه). صاحب‌نظران شامل، مدیران و کارشناسان سازمان‌های حوزه صنعت ورزش (شرکت‌ها، باشگاه‌ها، ادارات، فدراسیون‌ها و سایر) و اساتید دانشگاهی آگاه به صنعت ورزش بود. منابع اطلاعاتی هم شامل، منابع علمی، رسانه‌ای، اسنادی و کتابخانه‌ای مرتبط با موضوع پژوهش بود. نمونه مورد مطالعه به صورت هدفمند و در دسترس انتخاب و نظرخواهی شد.

1. Serrano
2. Schülenkorf and Siefken

جدول ۱. مشخصات نمونه آماری پژوهش

گروه مطالعه	نمونه‌گیری	نمونه
منابع انسانی	مدیران شرکت‌ها و باشگاه‌های ورزشی	۸ نفر
	اساتید دانشگاهی (اقتصاد ورزش، مدیریت ورزشی، و ..)	۸ نفر
	مدیران و کارشناسان سازمان‌های ورزشی (ادارات ورزش و جوانان، فدراسیون‌های ورزشی، و ...)	۸ نفر
منابع اطلاعاتی	منابع کتابخانه‌ای و علمی (مقاله، کتاب، و...)	۳۴ نسخه
	گزارش‌ها و اسناد اجرایی و حقوقی (آئین‌نامه‌ها، سالنامه، و ..)	۲۸ نسخه
	منابع و آرشیوهای رسانه‌ای (سایت‌های معتبر، و ...)	۴۶ نسخه

نمونه آماری دعوت شده به مصاحبه براساس معیارهایی مانند داشتن حداقل دو نقش از چند نقش (مدیریتی، رسانه‌ای، علمی، و تخصصی) در صنعت محصولات ورزشی، سابقه نقش و تخصص مشهود و متناسب، گزینش و نظرخواهی شدند. نمونه آماری بیشتر دارای جنسیت مرد، تحصیلات کارشناسی ارشد بودند و دارای میانگین سنی ۳۹/۴۱ سال، سابقه شغلی - ورزشی ۱۷/۲۳ سال بودند.

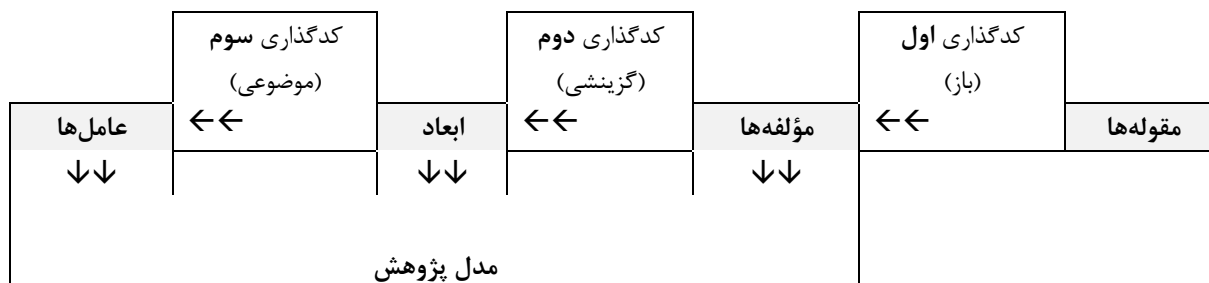
ابزار پژوهش شامل مطالعه کتابخانه‌ای و مصاحبه اکتشافی نیمه ساختارمند بود. مشخصات ابزارهای پژوهش به صورت زیر است (جدول ۲). روایی ابزار با استفاده از روش‌های روایی‌سنجی ذکر شده کنترل و مطلوب ارزیابی شد.

جدول ۲. مشخصات ابزارهای پژوهش

ابزار	مطالعه کتابخانه‌ای	مصاحبه
ابزار	رونوشت (چک لیست استخراج مفاهیم)	چارچوب پرسش (پرسشنامه بازپاسخ)
زمینه	جامعه اطلاعاتی	جامعه انسانی
روایی	انتخاب نسخه‌های معتبر به لحاظ علمی و حقوقی	انتخاب افراد بر حسب شایستگی علمی و فنی
	روایی محتوایی و صوری رونوشت از دیدگاه متخصصان	روایی محتوایی و صوری پرسشنامه از دیدگاه متخصصان
		محاسبه ضریب توافق بین اساتید کدگذار و مصحح

در این پژوهش، با ارائه بازخورد به مصاحبه‌شوندگان و قراردادن آن‌ها در مسیر پژوهش، به طوری که بر نحوه پاسخگویی آن‌ها تأثیر نگذارد، به منظور افزایش روایی درونی اقدام شد. ضمناً، پس از انجام هر مصاحبه، الگوی به دست آمده تا آن مرحله ارائه می‌شد و در صورتی که مصاحبه شونده نکاتی را نسبت به الگو داشت، مورد بحث قرار می‌داد. این کار پس از انجام مصاحبه انجام می‌شد تا مصاحبه خالی از هر گونه پیش‌فرض و جهت‌گیری انجام شود. از آنجایی که مؤلفه پایایی به گستره تکرارپذیری یافته‌های پژوهش اشاره دارد و در انجام مطالعات کیفی پژوهشگر به تفسیر موضوع مورد مطالعه می‌پردازد. همزمان با گردآوری داده‌ها، کار تحلیل آنها طی سه مرحله کدگذاری نیز شروع شد. پس از استخراج کدها، آنها طبقه‌بندی می‌شوند؛ مقایسه مداوم، تفاوت‌ها و تشابهات بین این کدها را آشکار می‌کند؛ طبقات جدا و یا ادغام می‌گردند تا نظریه در روند این فرآیند شکل گیرد. منابع و متون موجود نیز، در روند تکمیل تئوری مورد استفاده قرار می‌گیرند. کار گردآوری داده‌ها تا زمانی ادامه یافت که پژوهشگر اطمینان حاصل کند که ادامه کار چیز تازه‌ای به دانسته‌های او نمی‌افزاید. پس از انجام ۲۴ مصاحبه در طی دوره شش ماه، تحلیل داده‌ها حاکی از اضافه نشدن داده جدید به داده‌های قبلی بود؛ چرا که درصد بالایی از داده‌های مستخرج از مصاحبه‌های آخر تکراری بود؛ بنابراین، با رسیدن به حد اشباع نظری، به مصاحبه‌ها پایان داده شد. پژوهشگران کیفی به جای واژه اعتبار و روایی، از واژه‌های مقبولیت، انتقال‌پذیری و تأییدپذیری استفاده می‌کنند.

از سه مرحله کدگذاری برای دسته‌بندی مؤلفه‌های شناسایی شده استفاده گردید. کدگذاری با استفاده از مطالعات قبلی و نظر متخصصان انجام شد. مدل پژوهش نیز، براساس روابط شناسایی شده به صورت یک چارچوب سیستمی مفهومی ترسیم گردید (شکل ۱). تحلیل یافته‌ها از طریق روش‌های چارچوب‌بندی و کدگذاری مفهومی بر مبنای تحلیل سیستماتیک صورت گرفت.



شکل ۱. چارچوب سیستم مفهومی پژوهش

یافته‌ها

یافته‌های پژوهش شامل دو بخش کلی بود: الف) منظرها و مؤلفه‌های آن‌ها ب) مدل پژوهش. در ابتدا مؤلفه‌های مستخرج از فرایند مطالعه کتابخانه‌ای و مصاحبه در سه مرحله کدگذاری شدند. ۱۸۷ مؤلفه شناسایی شده در ۵ سطح، ۹ منظر و ۳۱ بُعد دسته‌بندی شدند. محیط بین‌المللی شامل، دو بُعد تعاملات ورزشی ایران و جهان و توجهات بین‌المللی به ورزش ایران بود. محیط ملی صنعت ورزش شامل، فرهنگی و اجتماعی، سیاسی و حقوقی، جغرافیایی و سکونتی، علمی و فناوری و اقتصادی و صنعتی تعیین شد. نظام راهبردی صنعت ورزش شامل، سیاست‌گذاری و ساختارسازی، حمایت و پشتیبانی نهادی و سیستم نظارت و ارزیابی بود. منابع فیزیکی و زیرساخت‌های ورزش در ابعاد فضاها و اماکن ورزشی، تجهیزات و امکانات ورزشی و فناوری و سیستم تعیین گردید. سطوح مشارکت ورزشی شامل، سه سطح ورزش پرورشی و پایه، ورزش شهروندی و همگانی و ورزش قهرمانی و حرفه‌ای بود. توسعه حوزه‌های صنعت ورزش شامل، تولیدات ورزشی، خدمات ورزشی، تجارت ورزشی و فناوری اطلاعات و ارتباطات ورزشی است. ارکان صنعت ورزش شامل، علوم ورزشی، رشته‌های ورزشی و نقش‌ها و حرفه‌های ورزشی و سازمان‌های ورزشی بود. فرایندهای صنعت ورزش و جریان‌های بازار آن شامل، چهار نوع فرایند مشتری‌محور، مدیریت منابع و فرصت‌ها، مدیریت بازار کار و اقتصادی و مالی بود. کارکردهای صنعت ورزش شامل، کارکردهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی است.

جدول ۴. کدگذاری مؤلفه‌های مستخرج از پژوهش

محیط بین‌المللی صنعت ورزش	تعاملات ورزشی ایران و جهان	وضعیت مهاجرت ورزشی در ایران؛ جایگاه ورزش در دیپلماسی و سیاست خارجه کشور؛ میزان حضور برندهای ایرانی در بازارهای ورزشی بین‌المللی؛ وضعیت فعالیت نماینده نهادها و مراجع ورزشی بین‌المللی در کشور؛ میزان حضور تیم‌های ورزشی ایران در رقابت‌های بین‌المللی؛ میزان گرایش مصرف‌کنندگان داخلی به محصولات ورزشی خارجی.
توجهات بین‌المللی به ورزش ایران	میزان حمایت مراجع و نهادهای ورزشی بین‌المللی از بخش‌های مرتبط ورزش در ایران؛ میزان توجه برندها و شرکت‌های ورزشی بین‌المللی به بازار ورزش ایران؛ سطح پوشش رسانه‌های ورزشی بین‌المللی در ایران؛ رشد بازارهای ورزشی در منطقه خاورمیانه و کشورهای همسایه؛ دامنه جهانی شدن ورزش در ایران.	
محیط ملی صنعت ورزش	محیط فرهنگی و اجتماعی	جایگاه ورزش در مبانی فرهنگی و دینی کشور؛ جایگاه ورزش در بین ارزش‌ها و نمادهای جامعه؛ جایگاه ورزش در گفتمان‌ها و ارتباطات اجتماعی؛ جایگاه ورزش در سبک زندگی و فراغت مردم؛ جایگاه ورزش در مطالبات عمومی و مشارکت‌های اجتماعی.

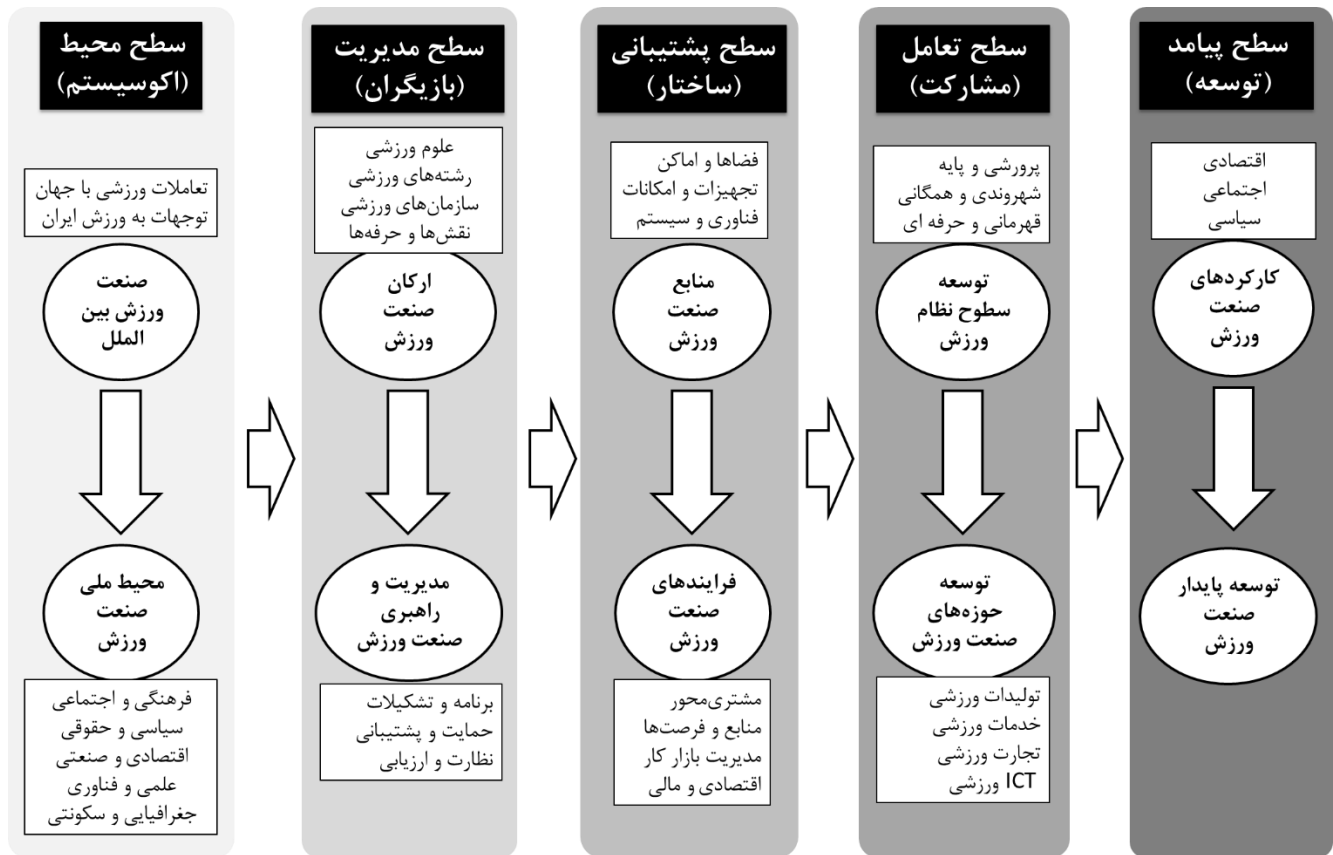
محیط سیاسی و حقوقی	جایگاه ورزش در اسناد و برنامه‌های کلان کشور؛ نگرش سیاست‌گذاران و دولتمردان کشور به ورزش؛ حضور افراد سیاسی در بدنه نظام ورزش؛ جایگاه ورزش در مطالبات سیاسی عمومی مانند انتخابات.
محیط جغرافیایی و سکونتی	جایگاه زیرساخت‌های ورزشی در توسعه فضای شهری و روستایی؛ وضعیت دسترسی عمومی به فضاهای ورزشی؛ میزان توجه به زیست بوم و اقلیم زیستی مناطق در توسعه ورزش؛ وضعیت همجواری فضاهای ورزشی نسبت به سایر فضاها و تاسیسات عمومی.
محیط علمی و فناوری	جایگاه ورزش در دستاوردهای علمی و فناوری کشور؛ جایگاه ورزش در نظام آموزش و پرورش؛ جایگاه ورزش در نظام آموزش عالی؛ جایگاه ورزش در نظام اطلاعاتی و ارتباطی.
محیط اقتصادی و صنعتی	میزان هزینه ورزش در سبد خرید و مصرف خانوارها و نهادها؛ نقش ورزش در رشد اقتصادی کشور؛ منابع و حمایت‌های تخصیص یافته دولت به توسعه ورزش؛ میزان اشتغالزایی بخش ورزش.
سیاست‌گذاری و ساختارسازی	نحوه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی اقتصادی دولتی برای صنعت ورزش؛ توسعه نهادهای ساختارهای میان بخشی هماهنگ کننده در صنعت ورزش؛ تقسیم کار و تفویض اختیار بین سازمان‌های ورزشی در توسعه ورزش؛ تعریف نقش برای سازمان‌های غیرورزشی جهت مشارکت در توسعه ورزش.
حمایت و پشتیبانی نهادی	حمایت مدیریتی و اطلاعاتی از سازمان‌های ورزشی؛ تخصیص بودجه و منابع دولتی بر حسب اولویت‌ها؛ اعطای تسهیلات حمایتی برای مراکز ورزشی با انتفاع عمومی؛ معافیت‌های مالیاتی و مشوق‌های دولتی برای فعالیت‌های اقتصادی حوزه ورزش.
سیستم نظارت و ارزیابی	سازمان‌دهی فعالیت‌های اقتصادی حقیقی و حقوقی در ورزش؛ نظارت و حسابرسی بر گردش پولی و مالی نظام ورزش؛ نظارت بر مناقصه‌ها و مزایده‌های دولتی در ورزش؛ توسعه سیستم دولت الکترونیک در بخش ورزش.
منابع فیزیکی و زیرساخت‌های ورزش	سرنه فضای ورزشی در کشور به ازای نفر؛ نسبت اماکن ورزشی روباز به سرپوشیده؛ نسبت اماکن ورزشی خصوصی به دولتی؛ نسبت فضاهای ورزشی طبیعی به مصنوعی؛ برخورداری سازمان‌های ورزشی دولتی از ساختمان‌های مدیریتی اداری.
تجهیزات و امکانات	وضعیت تجهیز اماکن و فضاهای ورزشی به تجهیزات و وسایل؛ نسبت تولید داخلی به واردات وسایل و تجهیزات ورزشی؛ وسایل و تجهیزات علمی و آموزشی رشته‌های دانشگاهی تربیت‌بدنی؛ امکانات رفاهی مکان‌های رویداد و فعالیت ورزشی.
فناوری و سیستم	کاربرد سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت در مکان‌های ورزشی؛ وضعیت اینترنت و قابلیت نرم افزاری در فضاها و محیط‌های ورزشی؛ برخورداری مکان‌های ورزشی از قابلیت‌های ارتباطی، رسانه‌ای و مجازی؛ وضعیت زیرساخت‌های فنی و سخت‌افزاری IT در فضاها و محیط‌های ورزشی.
سطوح مشارکت ورزشی	ورزش پرورشی و پایه
ورزش شهروندی و همگانی	آموزش جسمانی و بازی در مهد کودک‌ها و آموزشگاه‌های پایه؛ آموزش پایه رشته‌های ورزشی؛ ورزش دانش آموزی و مدارس؛ ورزش دانشجویی و دانشگاهی؛ استعدادیابی ورزشی و مدیریت استعدادها و ورزشی.
ورزش قهرمانی و حرفه‌ای	باشگاه‌های خدمات ورزشی و تندرستی؛ گرایش به فعالیت‌های تفریحات ورزشی و اوقات فراغت؛ میزان مشارکت مردم در رویدادهای ورزش همگانی؛ ورزش معلولان و جانبازان ورزش کارگری و کارمندی.
توسعه حوزه‌های صنعت ورزش	مدال آوری و کسب افتخارات؛ جمعیت ورزشکاران سازمان یافته در رشته‌های ورزشی؛ حضور در رویدادهای ورزشی بین‌المللی و کسب موفقیت ورزشی؛ بازار نقل و انتقالات در رشته‌های ورزشی؛ نظام باشگاه داری ورزشی؛ حقوق و هزینه‌های عملیاتی بازیکنان و تیم‌ها
تولیدات ورزشی	مدیریت هواداران و تماشاگران ورزشی؛ اسپانسرینگ و جذب حامیان مالی به ورزش؛ پخش رسانه‌ای رویدادهای ورزشی.
خدمات ورزشی	پوشاک ورزشی؛ تجهیزات و وسایل ورزشی؛ شرکت‌های تولیدی ورزشی
تجارت ورزشی	خدمات رفاهی اماکن و رویدادهای ورزشی؛ خدمات علمی، آموزشی؛ خدمات و مشاوره ورزشی؛ تورسیم ورزشی؛ بیمه ورزشی؛ نمایشگاه‌های ورزشی.
تجارت ورزشی	واردات ورزشی؛ صادرات ورزشی؛ سیستم‌های تجارت الکترونیک در ورزش؛ سیستم توزیع و پخش محصولات عمده فروشی و خرده فروشی.
ICT ورزشی	رسانه‌های تصویری، چاپی و ... در ورزش؛ فناوری اطلاعات و ارتباطات در ورزش؛ فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی ورزش؛ سیستم‌های دانش محور و شبکه‌های اطلاعاتی ورزش

گیم ها و بازی ورزشی.

ارکان صنعت ورزش	علوم ورزشی	رفتار حرکتی و روانشناسی ورزشی؛ جامعه شناسی ورزشی؛ مدیریت ورزشی؛ اقتصاد ورزش حقوق ورزشی؛ طب ورزش، ورزش درمانی، حرکات اصلاحی و ...؛ فیزیولوژی ورزش، تغذیه و تمرین؛ بیومکانیک ورزشی؛ مهندسی و فناوری ورزش؛ دانش بین رشته‌ای و میان حوزه‌ای (کارآفرینی، سلامت و تندرستی)؛ تولیدات علمی و کتابخانه ای ورزشی
رشته‌های ورزشی	ورزش‌های گروهی مانند فوتبال؛ ورزش‌های رزمی مانند کشتی؛ ورزش‌های آبی مانند شنا و ورزش‌های راکتی مانند پینگ پنگ؛ ورزش‌های ماشینی مانند دو چرخه سواری؛ ورزش‌های میدانی و پرتابی؛ ورزش‌های ریتمی مانند ژیمناستیک؛ ورزش‌های هوایی؛ ورزش‌های طبیعت گردی؛ بازی‌های بومی محلی سنتی؛ نسبت بین رشته‌های مدال آور و غیرمدال آور ملی؛ نسبت بین ورزش‌های رقابتی و کمتر رقابتی؛ نسبت بین رشته‌های انفرادی و تیمی نسبت بین ورزش‌های سنتی و جدید.	ورزشکاران؛ مربیان؛ داوران؛ اساتید و مدرسان دانشگاهی؛ معلمان ورزش؛ متخصصان و مشاوران ورزشی؛ مدیران و کارشناسان اجرایی؛ دانشجویان و فارغ التحصیلان علوم ورزشی؛ حامیان و اسپانسرها؛ صاحبان کسب و کار کارآفرینان؛ خبرنگاران، مجریان و گزارشگران رسانه‌ای؛ تماشاگران، هواداران، مصرف کنندگان و کاربران ورزشی.
سازمان‌های ورزشی	شورای عالی ورزشی؛ کمیسیون ورزش مجلس؛ وزارت ورزش؛ کمیته ملی المپیک و پارالمپیک؛ فدراسیون‌های ورزشی؛ ادارات ورزش استان‌ها و شهرستان‌ها؛ هیات‌های ورزشی استان‌ها و شهرستان‌ها؛ معاونت تربیت بدنی آموزش و پرورش و استان‌ها؛ اداره کل تربیت بدنی وزارت علوم و ادارات تربیت بدنی دانشگاه‌ها؛ بخش ورزش در نظام سلامت و وزارت بهداشت؛ اداره امور ورزشی در بدنه وزارت کار و رفاه اجتماعی و ادارات استانی آن؛ دانشکده‌ها و گروه‌های آموزشی علوم ورزشی دانشگاه‌ها؛ انجمن‌های علمی و پژوهشگاه‌های ورزشی؛ مجموعه‌ها و باشگاه‌های خدمات ورزشی؛ باشگاه‌های ورزشی تیم-دار و رقابتی؛ شبکه ورزش و رادیو ورزش و گروه‌های ورزشی صدا و سیما ملی و استانی؛ سازمان یا کمیته ورزش شهرداری‌ها؛ تعاونی‌ها و شرکت‌های ورزشی.	نوآوری و تحقیق و توسعه در ورزش؛ کارآفرینی و کسب و کار در ورزش؛ ارزشگذاری و قیمت گذاری در ورزش؛ بازاریابی و تبلیغات در ورزش
مدیریت منابع و فرصت‌ها	خصوصی سازی و برون سپاری در ورزش؛ مزایده و مناقصه در ورزش؛ سرمایه گذاری در ورزش؛ تجاری سازی در ورزش	استخدام و کاریابی در ورزش؛ آموزش شغلی و مشاوره اقتصادی در ورزش؛ کارورزی و کارآموزی در ورزش؛ اشتغالزایی در ورزش
مدیریت بازاری کار	دارایی مالی در ورزش؛ بودجه در ورزش؛ حمایت مالی در ورزش؛ تسهیلات و وام‌ها در ورزش	اقتصادی و مالی
کارکردها و پیامدهای توسعه صنعت ورزش	کارکردها و پیامدهای اقتصادی	نقش ورزش در اشتغالزایی؛ نقش ورزش در تولید سرمایه و توزیع ثروت؛ نقش ورزش در گردش مالی؛ نقش ورزش در رشد اقتصادی
کارکردها و پیامدهای اجتماعی	کارکردها و پیامدهای اجتماعی	نقش ورزش در همبستگی و انسجام ملی؛ نقش ورزش در سلامت اجتماعی و تندرستی عمومی؛ نقش ورزش در غنی سازی اوقات فراغت و نشاط اجتماعی؛ نقش ورزش در مشارکت اجتماعی و حمایت عمومی
کارکردها و پیامدهای سیاسی	کارکردها و پیامدهای سیاسی	نقش ورزش در ارتقای برند ملی و منزلت بین‌المللی؛ نقش ورزش در کاهش تنش و تعارض با برخی کشورها؛ نقش ورزش در اثربخشی دیپلماسی ملی؛ نقش ورزش در افزایش آزادی اجتماعی
توسعه پایدار صنعت ورزش	پایدارسازی ساختارها و فرایندهای درون بخشی، میان بخشی و فرابخشی در صنعت ورزشی؛ پایدارسازی منابع فیزیکی، مالی، دانشی و انسانی در صنعت ورزشی؛ پایدارسازی توسعه فرهنگی و اجتماعی در صنعت ورزش؛ پایدارسازی توسعه اقتصادی در صنعت ورزش؛ نهادینه سازی پیوند نهادهای ورزشی با نهادهای زیست محیطی، خیرخواهانه، و ...	

مدل نهایی پژوهش: مدل نهایی پژوهش براساس سطوح کدگذاری شده و روابط بین آن‌ها ترسیم شد. براساس مدل عوامل و عناصر صنعت ورزش در یک فرایند ۵ سطحی محیط (اکوسیستم)، بازیگران (نقش)، پشتیبانی (ساختار)، تعامل (مشارکت) و پیامد (کارکرد و پایداری) به ترتیب در توالی هم به سوی توسعه پایدار قرار دارند. با توجه شکل ۲ سطح محیط شامل، محیط بین‌المللی و محیط ملی، سطح نقش شامل ارکان ورزش و نظام راهبری، سطح ساختار شامل، منابع و فرایندها، سطح مشارکت،

شامل، سطوح مشارکت ورزش و حوزه‌های صنعت ورزش و سطح پیامد شامل، کارکردهای صنعت ورزش است. جهت اصلی اثرگذاری بین عوامل مختلف به صورت محیط بین‌المللی بر محیط داخلی، ارکان صنعت ورزش بر نظام راهبری، منابع بر فرایندها، سطوح مشارکت بر حوزه‌های صنعت، کارکردهای صنعت ورزش بر توسعه پایدار آن است.



شکل ۲. مدل نهایی پژوهش (توسعه صنعت ورزش کشور)

بحث و نتیجه‌گیری

اقتصاد و صنعت ورزش از میلیون‌ها نقش و بازیگر تشکیل شده است که در حال تعامل با یکدیگر هستند. چنین سیستمی بسیار پیچیده و غیرقابل درک خواهد بود. مدل‌ها به ما کمک می‌کنند که با ساده‌سازی کل سیستم به درک بهتری از تمامیت سیستم دست یابیم. در واقع مبانی اصلی دانش در هر حوزه‌ای بر پایه مدل‌های شناسایی شده مناسب و نه یافته‌های جزئی و پراکنده قرار دارد؛ زیرا داده‌ها در قالب مدل می‌توانند کشف، تبیین و تفسیر شوند. مدل‌سازی نمی‌تواند روابط پدیده‌های محیطی را به طور کامل توضیح دهد، اما درک مکانیسم‌های اساسی آن را آسان‌تر می‌کند. با آنکه به مرور روش‌ها، تکنیک‌ها و نظریه‌های مختلفی برای مدل‌سازی در دانش توسعه به وجود آمده است، نظریه‌های کلی‌تر پیرامون مدل‌سازی‌های علمی با هدف سیستم‌ها و نمایش دانش قرار می‌گیرند. مدل‌های توسعه‌نگر به ما کمک می‌کنند، مسائل صنعت ورزش را بهتر طبقه‌بندی کرده و شانس تحلیل منطقی و یافتن پاسخ‌های صحیح را بالا ببریم.

مدل ارائه شده در این پژوهش، براساس عوامل شناسایی شده و روابط بین آن‌ها ترسیم شد. بر اساس مدل عوامل تعیین کننده مشارکت در توسعه صنعت ورزش در یک فرایند پنج سطحی؛ محیط و اکوسیستم (محیط بین‌المللی و محیط ملی)، بازیگران و

نقش‌ها (ارکان ورزش و نظام راهبری)، پشتیبانی و ساختار (منابع و فرایندها)، تعامل و مشارکت (سطوح مشارکت ورزش و حوزه‌های صنعت ورزش) و پیامد (کارکرد و پایداری) به ترتیب در توالی هم به سوی توسعه پایدار قرار دارند. جهت اصلی اثرگذاری بین عوامل هر سطح به صورت محیط بین‌المللی بر محیط داخلی، ارکان صنعت ورزش بر نظام راهبری، منابع بر فرایندها، سطوح مشارکت بر حوزه‌های صنعت، کارکردهای صنعت ورزش بر توسعه پایدار آن است. این چهارچوب‌بندی با کلیات تحقیقات پیشین همسویی دارد، اما مدل حاضر هم از جامعیت بیشتری برخوردار است و نوع روابط تعریف شده و سطوح تحلیلی نمایش‌های بهتری از اطلس توسعه صنعت ورزش کشور است. فرهنگمهر (۱۳۹۶) به بررسی اکوسیستم کارآفرینی در صنعت ورزش پرداخت و گزارش کرد که به صورت زنجیره از عوامل محیطی مانند، آموزش، حمایت، نوآوری و سایر در رشد کارآفرینی ورزشی نقش دارند. آقای شهری (۱۳۹۳) در تبیین و مدل‌سازی عوامل صنعت ورزش کشور گزارش داد که ۱۸ عامل در تبیین صنعت ورزش نقش دارند (اماکن، سازمان‌ها، رویداد، گردشگری، منابع انسانی، کالا و خدمات، رسانه، و سایر). در تبیین بیشتر کلیات مدل می‌توان گفت که این سطوح بیانگر جریان کلی توسعه در سیستم صنعت ورزش است که از رویکرد محیط دور به نزدیک و ساختار فرابخشی به درون بخشی پیروی می‌کند.

محیط بین‌المللی شامل، دو بُعد تعاملات ورزشی ایران و جهان و توجهات بین‌المللی به ورزش ایران بود. عمده مدل‌های قبلی مانند آقای شهری (۱۳۹۱) گزارش کرد که محیط بین‌المللی بر توسعه صنعت ورزش در کشور اثر معنی‌دار دارد. در این پژوهش جهت‌گیری کلی محتوای این اثر نیز در دو مفهوم تعاملات و توجهات شناسایی شده است. این دو رویکرد بهتر می‌توانند پیوند محیط بین‌المللی با محیط داخلی را تبیین کنند. محیط ملی صنعت ورزش شامل، فرهنگی و اجتماعی، سیاسی و حقوقی، جغرافیایی و سکونت، علمی و فناوری و اقتصادی و صنعتی تعیین شد. تحقیقات پیشین در حوزه توسعه ورزش به محیط جغرافیایی و سکونت، علمی و فناوری به‌عنوان یک بستر توسعه نقش قابل توجهی تعیین نکرده بودند. علاوه بر این، به صورت کلی هر چند واژه محیط صنعت نامحدود است و شامل همه مواردی می‌شود که در خارج از سازمان، نظام یا سیستم قرار دارند و به‌طور مستقیم یا غیر مستقیم بر آن‌ها اثر می‌گذارند؛ اما در این پژوهش، منظور بستر و زمینه فعالیت‌های اقتصادی ورزش به منظور رشد و توسعه صنعت بوده و تنها جنبه‌های دارای کارکرد اقتصادی مورد توجه بوده است که ورزش کشور نسبت به آن‌ها حساسیت دارد و برای بقا و ادامه حیات خود باید در برابر آن‌ها از خود واکنش نشان دهد. رستم‌زاده و همکاران (۱۳۹۳) در بررسی اثر سرمایه‌گذاری دولت در بخش ورزش بر رشد اقتصادی در ایران نشان داد که سرمایه‌گذاری دولت در ورزش اثر معنی‌داری بر رشد اقتصادی ندارد. بخشنده (۱۳۹۶) در تدوین و برآورد مدل رشد اقتصادی صنعت ورزش ایران نشان داد، متغیرهای اندازه دولت، موجودی سرمایه، نیروی فعال، سرریز تکنولوژی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر رشد اقتصادی صنعت ورزش ایران دارند. گنج‌خانلو (۱۳۹۶) در تعیین موقعیت استراتژیک صنعت ورزش کشور گزارش کرد که جایگاه راهبردی این صنعت در موقعیت تدافعی است. مای تیان (۲۰۱۶) در ارزیابی عوامل تأثیرگذار بر قدرت صنعت ورزشی آسیا نشان داد که بهبود سطح زندگی مردم، کلید بهبود وضعیت قدرت صنعت ورزش است. در تفسیر کلی می‌توان گفت که محیط به مثابه ظرفی برای ساختارها، منابع و فعالیت‌ها است و تمایلات و تعاملات در محیط امروزی جهان، بستر اصلی استراتژی‌ها را شکل می‌دهند.

نظام راهبردی صنعت ورزش شامل، سیاست‌گذاری و ساختارسازی، حمایت و پشتیبانی نهادی و سیستم نظارت و ارزیابی بود. براساس اصول، مدیریت اقتصادی خط‌مشی‌ها، برنامه‌ها و ساختارهای اقتصاد ورزش را مطرح می‌کند که همه این موارد باعث رشد اقتصادی ورزش می‌شود. از آنجا که دستیابی به توسعه اقتصادی ورزش نیازمند جهت‌گیری راهبردی، برنامه‌ریزی مناسب و سیستم اجرایی کارآمد است، بنابراین یک نظام راهبری برای هدایت صنعت ورزش با مؤلفه‌های شناسایی شده ضروری است. تقویت ساختار بازار و قوانین ورزش در سطوح استانی و منطقه‌ای می‌تواند به رشد صنعت ورزش و منافع اقتصادی ناشی از آن

در این مناطق کمک کند (بی و همکاران، ۲۰۱۷). در تبیین بیشتر این منظر می‌توان گفت که فرایند تحلیل، برنامه‌ریزی، تأمین، اجرا و ارزیابی کلیات مدل این پژوهش و سیستم مطلوب صنعت ورزش کشور را یکپارچه می‌کند. منابع فیزیکی و زیرساخت‌های ورزش در ابعاد فضاها و اماکن ورزشی، تجهیزات و امکانات ورزشی و فناوری و سیستم تعیین گردید. در ارتباط با نقش منابع فیزیکی در توسعه ورزش، شواهد و دیدگاه‌های بسیاری مطرح شده است. عمده تحلیل‌های اقتصادی، بیانگر این هستند که بعضی از جنبه‌های ورزش مانند، هزینه‌های زیربنایی و زیرساختی در مراحل ابتدایی در کشوری مانند ایران یک کالای عمومی محسوب می‌شود و دچار شکست بازار شده و نیاز به دخالت و حمایت دولت دارد تا با استفاده از بازدهی‌ها نسبت به مقیاس، واحدهای ورزشی توانایی اداره به‌صورت خصوصی را در خود ایجاد کنند (رستم‌زاده و همکاران ۱۳۹۳). علاوه بر این زیرساخت‌های ورزشی پایه، کارخانجات تولیدات ورزشی تخصصی و پیشرفته که در بسیاری کشورها کالای خصوصی پر رونق محسوب می‌شوند، در ایران بیشتر به کالای عمومی شباهت دارند. بی و همکاران (۲۰۱۷) گزارش کردند که مزیت‌های مکانی و زیرساختی در توسعه صنعت ورزش، نقش مهمی در ارتقاء تشکیل و توسعه صنایع ورزشی دارد. منابع فیزیکی از مؤلفه‌های تعیین‌کننده در ارتقای کمی و کیفی ورزش است؛ زیرا وجود منابع و امکانات مالی مناسب می‌تواند در طی مسیر بالندگی ورزش در تمامی رشته‌ها و همه سطوح سنی تأثیرگذار باشد. در تفسیر بیشتر می‌توان گفت، بحران اقتصادی موجود کشور بیش از هر چیزی بر منابع اثر گذار است، از این رو در مدل پژوهش به‌عنوان یک منظر کلیدی شناسایی و پیوند نظری یافته است.

سطوح مشارکت ورزشی شامل، سه سطح ورزش پرورشی و پایه، ورزش شهروندی و همگانی و ورزش قهرمانی و حرفه‌ای بود. مشارکت ورزشی در سطوح پرورشی، همگانی، قهرمانی و حرفه‌ای مهم‌ترین شاخص توسعه ورزش است. عمده جنبه‌های اقتصادی در مشارکت ورزشی مربوط به رویدادهای ورزشی است. نیز معتقدند، رویدادهای ورزشی از منظر تجاری مهم‌ترین محرک برای فعالیت‌های اقتصادی در صنعت ورزش محسوب می‌شوند؛ هم چنین، امروزه رسانه‌ها در جذب مشارکت ذی‌نفعان در صنعت ورزش مهم‌ترین نقش را برعهده دارند. از سویی هم، بازدهی و کارکرد هر یک از سطوح مشارکتی در ورزش متفاوت است و به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم در کوتاه مدت و درازمدت اثر گذار می‌باشند. اسپولنکوف و سیفکن (۲۰۱۹) در بررسی فرایند ورزش برای توسعه گزارش کردند که مشارکت ورزشی نقش محوری در این زمینه دارد و در واقع مدل مشارکت ورزشی، پایه ورزش برای توسعه است. مشارکت ورزشی مهم‌ترین فعالیت در ورزش و هسته توسعه ورزش را شکل می‌دهد. در واقع هدف نهایی توسعه ورزش، مشارکت فراگیر انواع نقش‌های درگیر در ورزش مانند، ورزشکاران، هواداران، مربیان و افراد دیگر است. توسعه حوزه‌های صنعت ورزش شامل، تولیدات ورزشی، خدمات ورزشی، تجارت ورزشی و فناوری ورزشی است. عمده مطالعات پیشین از دسته‌بندی سه بخشی مانند پارکز و همکاران (۲۰۰۷) استفاده کرده‌اند. این بخش‌بندی با چارچوب‌بندی نظام اقتصادی کشور در اسناد وزارت کار و وزارت صنعت، معدن و تجارت همخوانی دارد. ریحانی (۱۳۹۵) تولیدات ورزشی را به‌عنوان عاملی برای بهبود ساختار اقتصادی و اجتماعی مطرح کرده است و پژوهشگرانی چون گربینگ و تیل (۲۰۱۵) و تولاکوئیک^۲ و همکاران (۲۰۱۴) خدمات را مهم‌ترین بخش صنعت ورزش می‌دانند. در استرالیا صنعت ورزش را براساس محصولات ورزشی به چهار قسمت عمده تقسیم کرده‌اند: خدمات حرفه‌ای، مشاغل و کسب و کارها، کالاها و تجهیزات، رویدادها و رسانه‌ها. هر چند صنعت ورزش دارای بخش‌های متعددی است؛ اما، همگی در یک نقطه یعنی تولید یعنی "محصول یکتای ورزش" اشتراک دارند (دایر و همکاران، ۲۰۰۵). شریفیان و همکاران (۱۳۹۵) گزارش کرده است که عامل سرمایه بیشترین تأثیر را بر رقابت‌پذیری کالاهای ورزشی ایرانی با کالاهای خارجی دارد. ریحانی (۱۳۹۵) در طراحی مدل مزیت رقابتی صنعت تولیدات ورزشی گزارش کرد که

1. Market failure
2. Torlakovic

عامل منابع رقابتی به‌عنوان متغیر مستقل از طریق نقش میانجی هوشمندی رقابتی و کارآفرینی استراتژیک بر مزیت رقابتی تأثیر داشت. فخری (۱۳۹۶) در طراحی مدل عوامل موثر بر سهم محصولات ورزشی در تجارت خارجی کشور گزارش کرد که عوامل مدیریتی ساختاری، عوامل فنی و علمی، آمیخته بازاریابی، حمایت‌های دولت و سایر به ترتیب بر سهم محصولات ورزشی در تجارت خارجی کشور موثرند. چارچوب‌بندی تخصصی صنعت ورزش از منظر ماهیت بخش‌ها به‌صورت تولیدات، خدمات، تجارت و فناوری بیشترین انطباق را با واقعیت‌های بازار ورزش کشور دارد.

ارکان صنعت ورزش شامل، علوم ورزشی، رشته‌های ورزشی و نقش‌ها و حرفه‌های ورزشی و سازمان‌های ورزشی بود. این بخش در تحقیقات پیشین کمتر به آن توجه شده است. این سه مؤلفه در واقع هسته ورزش هستند و همه فعالیت‌های صنعت ورزش حول محور این سه بخش است. ارتباط تنگاتنگی نیز بین این سه مقوله برقرار است؛ منابع انسانی حوزه ورزش در قالب نقش‌ها و حرفه‌ای با دانش‌ها و رشته‌های ورزشی سروکار دارند. مانع اصلی در روند سرمایه‌گذاری بخش‌های مختلف ورزش مانند، رشته‌های ورزشی ابهام در رؤیت منافع قابل برگشت حاصل از این سرمایه‌گذاری به‌صورت مستقیم است (گربینگ و تیل، ۲۰۱۵). زاهاریا و کابوراکیس^۱ (۲۰۱۵) در بررسی موانع توسعه صنعت ورزش آمریکا، نشان دادند که موانع کاربردی، زیربخش‌های صنعت ورزش و محل سازمان‌های ورزش، مهم‌ترین موانع در این زمینه هستند. نظری قنبری و صابونچی (۱۳۹۳) در تحلیل نقش آموزش و سرمایه انسانی در رقابت‌پذیری اقتصادی ورزش استان‌های غرب کشور نشان دادند که این رابطه قابل توجه است. کوزه‌چیان و همکاران (۱۳۹۳) در تبیین مدلی مفهومی برای ایجاد کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی نشان دادند که برآیند عوامل فردی، سازمانی و محیطی موفقیت کسب و کارهای ورزشی را تعیین می‌کنند. این منظر نسبت به سایر منظرهای مدل از نوآوری بیشتری در مقایسه با تحقیقات پیشین برخوردار است. از این‌رو ضرورت دارد، در تغییرات ساختاری و برنامه‌های آتی صنعت ورزش بیشتر به این منظر پرداخته شود.

فرایندهای صنعت ورزش و جریان‌های بازار آن شامل، چهار نوع فرایند مشتری‌محور، مدیریت منابع و فرصت‌ها، مدیریت بازار کار و امور اقتصادی و مالی بود. این فرایندها در واقع بازار ورزش را شکل می‌دهند و نقش اقتصادی سایر مؤلفه‌های فوق‌الذکر از مسیر این فرایندها تعریف می‌شود. مهم‌ترین شاخص ارزیابی برای فرایندهای ذکر شده، قابلیت آن در میزان جذب مشارکت مانند، ورزشکاران، هواداران، سرمایه‌گذاران، نیروی کار، رسانه‌ها و حامیان مالی است (نائورت و رامفور^۲، ۲۰۱۰). برای آنکه در فرآیند توسعه اقتصادی آنی در ایران شاهد نقش اجتناب‌ناپذیر قسمت ورزش در آمدزایی و ایجاد رفاه اجتماعی باشیم، می‌بایست در کنار بخش تولیدی در ایران به عواملی دیگر همچون، بازاریابی، تحریم اقتصادی و نوسانات قیمتی و ارزی، باید مورد توجه قرار گیرند. محمدی (۱۳۹۷) گزارش کرد که مقوله‌های اقتصاد مقاومتی، راهبردهای صادرات، برنامه‌های توسعه صادرات و توسعه اقتصادی صنعت ورزش بر توانمندسازی عملکرد صادراتی تولیدات ورزشی اثر علی دارند. گربینگ و تیل (۲۰۱۵) گزارش کردند که مانع اصلی در روند سرمایه‌گذاری بخش‌های مختلف ورزش مانند، رشته‌های ورزشی ابهام در رؤیت منافع قابل برگشت حاصل از این سرمایه‌گذاری به‌صورت مستقیم است. سرانو و همکاران (۲۰۱۸) در تجزیه و تحلیل سیستماتیک زنجیره ارزش در ورزش برزیل گزارش کرد که ساختار سیستمیک نشان دهنده، مشارکت اقتصادی ورزش (فوتبال) در تولید ناخالص داخلی به‌عنوان یک متغیر مرکزی است که می‌تواند به نفع خود باشد که به دنبال ایجاد نتایج مشترک اقدامات بازیگران در این زنجیره است. فرازبانی (۱۳۹۵) در طراحی الگوی سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش ایران گزارش کرد که به تفکیک چهار حوزه ورزش قهرمانی، ورزش حرفه‌ای، ورزش تربیتی و ورزش همگانی، عوامل قانونی و سیاسی، عوامل فرهنگی و اجتماعی، عوامل مالی و اقتصادی و سایر با میزان متفاوتی اثرگذار هستند. عبدالملکی (۱۳۹۵) در ارائه مدل رفتار کننده صنعت ورزش،

1. Zaharia and Kaburakis
2. Nauright and Ramfjord

عوامل آمیخته بازاریابی، عوامل روانی، عوامل فردی، عوامل اجتماعی و عوامل فرهنگی را شناسایی کرده است. نوع فرایندهای شناسایی شده نشان می‌دهد که صنعت ورزش ماهیتی چندگانه دارد و از تنوع بالایی در محصولات، ذی‌نفعان، و سایر برخوردار است.

کارکردهای صنعت ورزش شامل، کارکردهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی است. برخی تحقیقات، قابلیت ارتقای ارزش افزوده را مهم‌ترین معیار برای بررسی اثرگذاری متغیرها در توسعه صنعت ورزش گزارش کرده‌اند؛ زیرا مجموعه صنعت ورزش می‌تواند سودهای سرشاری را به‌طور مستقیم و غیرمستقیم به سرمایه‌گذاران برساند. وجود نگرش مثبت در جوامع پیشرفته نسبت به ورزش، سبب سرمایه‌گذاری در امر ورزش به منظور بالا بردن سطح سلامت و تندرستی و تأثیر بر افزایش سطح بهره‌وری در تولید گشته و همین امر سبب شده که رفته رفته بیشتر کشورهایی که قبلاً توجه آنچنانی به آن نشان نمی‌دادند، سهمی رو به افزایش، برای سرمایه‌گذاری در امور ورزشی قائل شوند (زمانی مقدم و فارسی، ۱۳۹۵). برخی شواهد علمی نشان داده‌اند که سرمایه‌گذاری در ورزش میزان اشتغال مستقیم و غیرمستقیم را افزایش می‌یابد و در کنار آن امکان جذب درآمد از طریق برگزاری مسابقات بین‌المللی، جذب گردشگران و سطح سلامت و بهداشت جسمی و روانی جامعه افزایش می‌یابد. رن و لی (۲۰۱۱) در بررسی زنجیره ارزش شهر صنعت ورزش‌های اوقات فراغت در چین گزارش کردند که دو استراتژی، اکتشاف و ساخت در این زنجیره تعیین کننده هستند که مبتنی بر رویکرد ملی اقتصاد این کشور است. مبحث کارکردهای صنعت ورزش در واقع به مقوله "ورزش برای توسعه" اشاره دارد و این منظر برای حاکمیت و جامعه مهم‌ترین معیار اختصاص منابع به ورزش و اولویت دادن آن در برنامه‌های توسعه ملی است.

تحلیل کلی مدل پژوهش نشان می‌دهد که افراد و سازمان‌های حوزه صنعت ورزش به تنهایی نمی‌تواند موجب توسعه اقتصادی ورزش شوند، زیرا صنعت ورزش یک زمینه پویا و مشارکتی و یک سیستم بین بخشی و خروجی کل یک نظام اقتصادی اجتماعی است. یکی از دلایل عمده ناکارایی برنامه‌های فعلی و جزیره‌ای عمل کردن در حوزه مشارکت توسعه صنعت ورزش، نداشتن یک مدل و نقشه نظام‌مند کلی‌نگر است. با توجه فقدان مدل‌های کل‌نگر، قابل اتکا و دارای مصادیق عینی در نظام اقتصادی ورزش کشور در این پژوهش با تکیه بر نظرات کارشناسان مجرب، مدل مفهومی توسعه صنعت ورزش ارائه شد. مدل ارائه شده می‌تواند به خوبی ظرفیت ابعاد مختلف اثرگذار بر توسعه صنعت ورزش را نشان دهد. این مدل نمایش ساده، اما نظام‌مندی از ساختار توسعه صنعت ورزش است و در حد خود قادر به تبیین کارکرد ساخت‌های اساسی صنعت ورزش است.

در نهایت براساس مدل پژوهش پیشنهاد می‌شود که در مطالعات و برنامه‌ریزی‌های آتی برای مشارکت در توسعه صنعت ورزش در کشور: الف) از منظر مفهوم‌شناسی به مفاهیم نوین و کلیدی که عمده آن‌ها در این پژوهش شناسایی شده است، توجه جدی شود ب) از منظر روش‌شناختی نیز از روش تحلیل اکوسیستمی و مبتنی بر مدل براساس الگوی ارائه شده در این پژوهش استفاده شود ج) از منظر کاربردی نیز این نتایج به‌صورت برنامه عملیاتی می‌تواند در قالب پروژه‌ها، راهکارها و ابتکارات مورد استفاده قرار گیرد.

منابع

- اشنفلدر، مارک جی و مینگ، لی. (۱۳۹۰). اقتصاد ورزش. ترجمه محمد رضا کاظمی، جهانگیر یدالهی و مصیب پهلوانی، چاپ اول، زاهدان: انتشارات دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- افشاری، مصطفی. (۱۳۹۴). تحلیل علی اثرگذاری مدیریت فرانوگرا، اقتصاد مقاومتی و توسعه ورزش در توسعه اقتصادی صنعت ورزش ایران. رساله دکتری، دانشگاه ارومیه، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی.

- آقای شهری، ملیحه سادات. (۱۳۹۳). تبیین و مدل‌سازی عوامل صنعت ورزش کشور. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشگاه الزهراء، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی.
- بخشنده، حسین. (۱۳۹۶). تدوین و برآورد مدل رشد اقتصادی صنعت ورزش ایران. رساله دکتری تخصصی، پژوهشگاه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی.
- خیری، نیلوفر. (۱۳۹۷). طراحی مدل جذب سرمایه‌گذاری در صنعت ورزش استان گیلان. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشگاه گیلان، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی.
- رستم‌زاده، پرویز؛ صادقی، حسین؛ عساری، عباس و کاظم، یآوری. (۱۳۹۳). اثر سرمایه‌گذاری دولت در بخش ورزش بر رشد اقتصادی در ایران. پژوهش‌های اقتصادی، ۱۴(۴)، ۲۱۰-۱۷۷.
- رضایی، شمس‌الدین و صالحی‌پور، مژگان. (۱۳۹۷). تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه صنعت ورزش ایران با رویکرد داده‌بنیاد. مدیریت منابع انسانی در ورزش، ۶(۱)، ۸۹-۱۰۷.
- رضوی، محمد حسین. (۱۳۹۷). طراحی نظام اشتغال فارغ‌التحصیلان تربیت‌بدنی با رویکرد خصوصی‌سازی. طرح پژوهشی، پژوهشگاه تربیت‌بدنی و علوم ورزشی.
- ریحانی، محمد. (۱۳۹۵). طراحی مدل مزیت رقابتی صنعت تولیدات ورزشی. رساله دکتری تخصصی، دانشگاه گیلان، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی.
- زمانی‌مقدم، علی و فارسی، علی اکبر. (۱۳۹۵). رابطه اقتصاد و ورزش. چاپ اول، بجنورد: گسترش علوم نوین.
- شریفیان، اسماعیل؛ یوسفی زرنندی، محمد حسین و قهرمان تبریزی، کوروش. (۱۳۹۵). موانع درون بخشی صنعت ورزش در رقابت با کالاهای ورزشی خارجی. پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۵(۱۷)، ۸۲-۷۳.
- شجاعی، وحید. (۱۳۹۸). تحلیل عوامل مؤثر بر شکل‌گیری ثروت انسانی در گردشگری ورزشی ایران. مدیریت منابع انسانی در ورزش، ۶(۲)، ۲۰۷-۲۲۰.
- طیعی، سید مهدی؛ باقری، قدرت‌ا...؛ زارعی متین، حسن و جندقی، غلامرضا. (۱۳۹۶). شناسایی مهم‌ترین ذی‌نفعان تیم‌های لیگ برتر فوتبال ایران. مطالعات مدیریت ورزشی، ۹(۴۵)، ۳۴-۱۷.
- عبدالملکی، حسین. (۱۳۹۵). طراحی مدل رفتار مصرف‌کننده در صنعت ورزش کشور. رساله دکتری تخصصی، دانشگاه فردوسی مشهد، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی.
- فخری، فرناز. (۱۳۹۶). طراحی مدل عوامل مؤثر بر سهم محصولات ورزشی در تجارت خارجی کشور. رساله دکتری تخصصی، دانشگاه مازندران، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی.
- فرازیانی، فاتح. (۱۳۹۵). طراحی الگوی سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش ایران. رساله دکتری تخصصی، دانشگاه پیام نور استان تهران.
- فرهمندمهر، عباس. (۱۳۹۶). طراحی الگوی اکوسیستم کارآفرینی در صنعت ورزش. رساله دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، دانشکده علوم انسانی.
- کشاورز، لقمان؛ فراهانی، ابوالفضل و علیزاده گلریزی، ابوالفضل. (۱۳۹۶). تحلیل عوامل مؤثر بر رفتار ذی‌نفعان در تجاری‌سازی پژوهش‌های ورزشی. مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، ۴(۳)، ۲۰-۱۱.
- گجراتی، دامودار. (۱۳۸۷). مبانی اقتصاد سنجی. ترجمه حمید ابریشمی، چاپ اول، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- گزارش راهبردی برنامه ششم توسعه وزارت ورزش. (۱۳۹۶). گزارش‌های راهبردی وزارت ورزش و جوانان. گزارش دهم.

- گنج خانلو، آرزو. (۱۳۹۶). تعیین موقعیت استراتژیک صنعت ورزش کشور مبتنی بر تحلیل IFE, EFE و ارائه استراتژی‌های بازاریابی توسعه. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشگاه الزهراء، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی.
- گنج خانلو، جعفر. (۱۳۹۸). تحلیل اثرات سیاست‌های پولی و مالی بر صنعت ورزش ایران. رساله دکتری تخصصی، دانشگاه تبریز.
- گوهر رستمی، حمید رضا؛ کوزه‌چیان، هاشم؛ امیری، مجتبی و هنری، حبیب. (۱۳۹۲). گونه‌شناسی ذی‌نفعان و مدیریت استراتژیک آنها در سیستم ورزش کشور. مطالعات مدیریت ورزشی، ۱۹، ۱۵۱-۱۷۰.
- محمدی، فروغ. (۱۳۹۷). طراحی مدل توانمندسازی راهبردی عملکرد صادراتی با رویکرد کلاس جهانی جهت توسعه اقتصادی صنعت ورزش ایران. رساله دکتری تخصصی، دانشگاه مازندران، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی.
- نظری قنبری، میثم و صابونچی، رضا. (۱۳۹۳). تحلیل نقش آموزش و سرمایه انسانی در رقابت‌پذیری اقتصادی ورزش استان‌های غرب کشور. مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، ۱(۲)، ۹۷-۹۳.
- نظریان، علی. (۱۳۹۸). آسیب‌شناسی سیستم تولید تا مصرف کالاها و تجهیزات ورزشی ایرانی و ارائه چارچوب مدیریت راهبردی. رساله دکتری تخصصی، دانشگاه گیلان، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی.
- Eschenfelder, M. J., & Li, M. (2007). *Economics of sport*. 2nd Ed. Fitness Information Technology (FiT) Publishing.
- Gerbing, K. K., & Thiel, A. (2016). Handling of medical knowledge in sport: Athletes' medical opinions, information seeking behaviours and knowledge sources. *European journal of sport science*, 16(1), 141-148.
- Lee Anthony, G. (2017). *Factors that Influence Sporting Equipment Purchases*. 1nd Ed. Sport Management Undergraduate, Fisher Digital Publications.
- Nadvi, K., Lund-Thomsen, P., Xue, H., & Khara, N. (2011). Playing against China: global value chains and labour standards in the international sports goods industry. *Global Networks*, 11(3), 334-354.
- Nauright, J., & Ramfjord, J. (2010). Who owns England's game? American professional sporting influences and foreign ownership in the Premier League. *Soccer & Society*, 11(4), 428-441.
- REN, H., & LI, C. (2011). Exploration and Construct the Value Chain of City Leisure Sports Industry in China [J]. *Journal of Tianjin University of Sport*, 1, 76-89.
- Schulenkorf, N., & Siefken, K. (2019). Managing sport-for-development and healthy lifestyles: The sport-for-health model. *Sport Management Review*, 22(1), 96-107.
- Serrano, R., Lacerda, D. P., Cassel, R. A., Rodrigues, L. H., & Soares, P. F. (2018). Systemic analysis of the soccer (football) value chain: Learning from the Brazilian context. *Systemic Practice and Action Research*, 31(3), 269-291.
- Tian, M. (2016). Evaluation of influence factors on Asian sports industrial strength. *International Journal of Simulation: Systems, Science and Technology*, 17(39), 7.1-7.5.
- Torlakovic, A., Muftic, M., Radjo, I., Talovic, M., & Mahmutovic, I. (2014). Evolution of sports-medical team management in the program of posture correction in children. *Materia socio-medica*, 26(2), 104-108.
- Ye, M., Huang, J., & Linyin, H. (2017). Research of influence factor model of sports industry cluster based on structural equation modeling. *Agro Food Industry Hi-Tech*, 28(3), 2720-2723.

Zaharia, N., & Kaburakis, A. (2016). Bridging the gap: US sport managers on barriers to industry-academia research collaboration. *Journal of Sport Management*, 30(3), 248-264.

به این مقاله این‌گونه استناد کنید:

صدیق، سلمان؛ همتی‌نژاد، مهر علی؛ شفیع‌ی، شهرام و قلی‌زاده، محمد حسین. (۱۳۹۹). ارائه چارچوبی برای تحلیل راهبردی مشارکت ذی‌نفعان در توسعه صنعت ورزش کشور. نشریه مدیریت منابع انسانی در ورزش، ۷(۲)، ۳۳۱-۳۴۹.