

Presenting a Paradigmatic Model of Sports Economy Development Solutions with a Sociological Approach and Ranking These Solutions

Hamid Ahmadi¹, Asma Fekrat^{2*}, Ali Mohammad Amirtash¹

¹: Department of Physical Education, Faculty of Humanities, Science and Research branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

²: Department of Physical Education, Faculty of Humanities, Payam Noor University, Kerman, Iran.

Received: 2022/06/22

Accepted: 2022/09/04

Original Research

Abstract

Objective: With the rapid increase and expansion of works and writings that deal with the sociological approach to sports, the scientific analysis of the mutual impact of sports and society has been relatively established, and the titles in the collection of sports in the global community are proof of this. Sports in the sense that it is a social phenomenon can be considered a field of sociology. The current research aims to present a paradigmatic model of sports economy development solutions with a sociological approach based on grounded theory.

Methodology: The research method is mixed. The statistical population in the qualitative section includes experts in economics, sports management, and business management, and in the quantitative section, it includes graduates with master's degrees and PhDs in economics, sport management, and business management. In the qualitative part, the solutions were identified through in-depth interviews with snowball sampling, and the interviews were stopped after theoretical saturation. In the quantitative part, after coding, the findings from the interviews were designed in the form of a Likert scale questionnaire, and the validity and reliability of the questionnaire were checked by experts, and 104 questionnaires were distributed among 130 people of the target class and collected. Through the Friedman test, the solutions for the development of the sports economy were ranked.

Results: In the qualitative part, after the completion of the interviews, the process of open, central and selective coding in 5 categories of causal conditions such as institutionalism in sports, background factors such as the development of expert staff, intervening factors such as the development of researches and researches, effective strategies such as the entry of clubs into the stock exchange and the resulting consequences such as the expansion of entrepreneurship and job creation were identified. In the quantitative section, the factor of transformation in income generation of clubs was identified as the first rank, and the factor of development of research was recognized as the lowest rank.

Conclusion: Based on the paradigm model obtained from this research, sports managers must take advantage of the long-term benefits of sports as a capital good.

Keywords: Sport, Sports economy, Sports industry

* Corresponding author's e-mail address: kerman.fekrat@gmail.com

ارائه مدل پارادایمی راهکارهای توسعه اقتصاد ورزشی با رویکرد جامعه‌شناختی و رتبه‌بندی این راهکارها

حمید احمدی^۱، اسما فکرت^{۲*}، علی محمد امیر تاش^۱

^۱. گروه تربیت بدنی، دانشکده علوم انسانی، واحد علوم و تحقیقات تهران، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

^۲. گروه تربیت بدنی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه پیام نور، کرمان، ایران.

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۴/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۱۳

چکیده

هدف: با افزایش سریع و رو به گسترش آثار و نوشته‌هایی که به رویکرد جامعه‌شناختی ورزش می‌پردازند، تحلیل علمی تأثیر متقابل ورزش و جامعه نسبتاً تثبیت شده است و عناوین موجود در مجموعه ورزش در جامعه جهانی گواه این امر است. هدف از پژوهش حاضر ارائه مدل پارادایمی راهکارهای توسعه اقتصاد ورزشی با رویکرد جامعه‌شناختی بر اساس نظریه گراند تئوری و رتبه‌بندی راهکارهای شناخته شده بود.

روش‌شناسی: روش پژوهش آمیخته بود. جامعه آماری در بخش کیفی شامل خبرگان اقتصاد، مدیریت ورزشی و مدیریت بازرگانی و بخش کمی شامل فارغ التحصیلان کارشناسی ارشد و دکترای اقتصاد، مدیریت ورزشی و مدیریت بازرگانی بود. در بخش کیفی از طریق مصاحبه‌های عمیق با نمونه‌گیری گلوله برفی، راهکارها شناسایی و پس از اشباع نظری مصاحبه‌ها متوقف شد. در بخش کمی یافته‌های حاصل از مصاحبه‌ها پس از کدگذاری، در قالب پرسشنامه در مقیاس لیکرت طراحی شد. روایی و پایایی پرسشنامه از طریق متخصصان بررسی و بین ۱۳۰ نفر از افراد طبقه مورد نظر توزیع و ۱۰۴ پرسشنامه جمع‌آوری؛ سپس از طریق آزمون فریدمن راهکارهای توسعه اقتصاد ورزشی با رویکرد جامعه‌شناختی رتبه‌بندی شد.

یافته‌ها: در بخش کیفی پس از اتمام مصاحبه‌ها فرآیند کدگذاری باز، محوری و انتخابی در ۵ مقوله شرایط علی مانند نهادگرایی در ورزش، عوامل زمینه‌ای مانند توسعه نیروی متخصص، عوامل مداخله‌گر مانند توسعه تحقیقات و پژوهش‌ها، راهبردهای مؤثر مانند ورود باشگاه‌ها به بورس اوراق بهادار و پیامدهای حاصل مانند گسترش کارآفرینی و اشتغال زایی شناسایی شد. در بخش کمی عامل تحول در درآمدزایی باشگاه‌ها رتبه نخست و عامل توسعه تحقیقات و پژوهش‌ها به عنوان آخرین رتبه شناسایی شد.

نتیجه‌گیری: براساس مدل پارادایمی به دست آمده از این پژوهش لازم است مدیران ورزشی برای بهره‌گیری از مزایای درازمدت ورزش، آن را به عنوان صنعت و کالایی سرمایه‌ای به حساب آورند و به گسترش و رونق آن در بخش همگانی که زیرساخت ورزش جامعه را تشکیل می‌دهد توجه ویژه کنند.

کلید واژه‌ها: اقتصاد ورزشی، صنعت ورزش، ورزش

مقدمه

امروزه ورزش محدوده وسیعی را متوجه خود نموده است، ورزش به عنوان یک صنعت بزرگ با پتانسیل بسیار، حوزه‌های گسترده‌تری را شامل فرهنگ، جامعه، اقتصاد و سیاست در خود جای داده که این امر موجب شده تا توجهات بسیاری را به خود جلب نماید (Saeidi et al, 2018: 218). ورزش از این لحاظ که پدیده‌ای اجتماعی است می‌تواند حوزه‌ای از جامعه‌شناسی به شمار آید. در حوزه جامعه‌شناسی ورزش، ارتباط، تأثیر و تعامل مردم و ورزش مطرح می‌شود. همه ساختارها، الگوها، سازمان‌ها و گروه‌های مختلف اجتماعی-فرهنگی مرتبط با ورزش در حوزه جامعه‌شناسی قرار می‌گیرند. شکی نیست که در دنیای امروز ورزش تأثیر مستقیم و غیر مستقیمی بر جامعه از نظر اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی دارد (Movahedi, 2022: 2) و به عنوان بخشی اقتصادی، چه از بعد علمی و چه تماشایی در تولید و مصرف کالاها، خدمات ورزشی و توسعه اقتصادی جوامع مختلف، نقشی اساسی دارد. پتانسیل اقتصادی ورزش به دلیل کارکرد اقتصادی آن در جامعه برجسته می‌شود؛ کارکرد اقتصادی ورزش از فعالیت‌هایی نظیر تولید کالاهای ورزشی، رویدادهای ورزشی، ارائه خدمات ورزشی و رسانه‌ها نشأت می‌گیرد. در قرن حاضر به هیچ وجه نمی‌توان از اهمیت اقتصادی و آثار مستقیم و غیرمستقیم ورزش و تفریحات سالم در توسعه جوامع چشم‌پوشی کرد (Mohammadi et al, 2018:70).

اقتصاد و ورزش به هم شبیه‌ند؛ توسعه ورزش نقطه مثبت و تأثیرگذاری در اقتصاد است، نه تنها در امر مربوط به تولید کالاهای ورزشی بلکه در کل اقتصاد؛ مشاغل جدیدی را ایجاد می‌کند و معلول این حقیقت است که مشارکت و فعالیت‌های مربوط به حوزه ورزش در جامعه، کیفیت زندگی را افزایش می‌دهد (Yu, 2020:174). برخلاف دنیا که از ورزش به عنوان صنعت یاد و از آن برای پیشبرد اهداف اقتصادی خود استفاده می‌کنند، در ایران همچنان به عنوان سرگرمی و تفریح به آن نگریسته می‌شود. در بیشتر جوامع پیشرفته دنیا ورزش یکی از مهمترین عوامل تأثیرگذار در رسیدن به اهداف اقتصادی و سیاسی است؛ در کشور ما هنوز ورزش را به عنوان یکی از راههای گذراندن اوقات فراغت در نظر می‌گیرند و هنوز به طور جدی ورزش به عنوان یکی از عوامل توسعه اقتصادی جامعه مورد توجه واقع نشده است (Esco and Shojaei, 2014:1).

در حال حاضر ورزش در کشورهای توسعه‌یافته به عنوان صنعتی مهم و عاملی تأثیرگذار در رشد اقتصاد ملی مورد توجه است و یکی از درآمدتربترین صنایع قرن ۲۱ به شمار می‌رود؛ صنعت ورزش به سرعت جهانی گشته، قلمرو آن همه جا را تسخیر کرده است. ورزش به دلیل نقش بی بدیلی که در پرورش انسان، سلامت عمومی، نشاط اجتماعی، رشد تجاری و پویایی رسانه‌ای ایفا می‌کند، به کانون توجه، تمرکز و رقابت بین کشورها مبدل شده است (Dastom et al, 2019:81). صنعت ورزش یکی از صنایع نوین در اقتصاد بین‌المللی طی دهه‌های اخیر نقش مولدی ایفا نموده است و برای سرمایه‌گذاری‌های کلان بیش از پیش برای هر کشوری تأثیرگذار است. تقویت سلامت جسمی در جامعه، رشد اقتصادی ناشی از تأثیرات آن در جسم و روح، کارآفرینی و ایجاد امنیت اجتماعی در اثر جلوگیری از روی آوردن جوانان به رفتارهای ناهنجار از دیگر ابعاد مهمی است که موجب توجه بیشتر فعالان اقتصادی و اجتماعی به ورزش شده است (Ghahramaniyan, 2017:3). به وضوح مشخص شده است که ورزش نقش مثبت و تأثیرگذاری در سلامت عمومی، دانش و رشد جامعه با سهم آشکاری برای کنترل سلامتی و افزایش امنیت جامعه، در نتیجه بهبود و توسعه رفاه و اقتصاد جامعه دارد (Fernandez, 2016:9). اگر این فرض را بپذیریم که افزایش روحیه ورزشکاری در جامعه منجر به کاهش ارتکاب جرم می‌گردد، سرمایه‌گذاری در گسترش ورزش بسیار کم هزینه و کاراتر از سرمایه‌گذاری در مبارزه و جلوگیری از جرم و جنایت است (Esco and Shojaei, 2014:2).

صنعت ورزش به طور واضح یک منظر بی پایان از دستاوردهای اقتصاد خرد را به وجود آورده است که دانشجویان و محققان فرصت مطالعه این حوزه را می‌دهد، اقتصاد ورزشی به عنوان هسته تئوری‌ها و جنبه‌های اقتصاد معرفی می‌شود و آن‌ها را در ورزش‌های بین‌المللی به کار می‌برد (Leeds, 2018: 4). مطالعات اخیر حاکی از آن است که سهم ورزش از جی‌دی پی (GDP) کشورهای مختلف حدود ۰/۷۵ تا ۴/۴ درصد است، در حالی که سهم این صنعت از GDP در ایران ۱/۱ درصد است که به طور معناداری کمتر از شاخص جهانی بوده است (Ebrahimi et al, 2018:9).

اهمیت و ضرورت پژوهش در زمینه توسعه اقتصاد ورزشی با رویکرد جامعه‌شناختی از نقش و اهمیتی که ورزش در اقتصاد یک جامعه دارد ناشی می‌شود. طبیعت اجتماعی ورزش با تمام وجود خود را هم بر پژوهشگران اجتماعی و هم بر عامل تحقیقی در زمینه تربیت بدنی و ورزش تحمیل می‌کند. ورزش پدیده‌ای اجتماعی است که پیوندی با نهادها و ساختارهای اجتماعی دارد. دستاوردهای ورزش و فعالیت‌های آن به طور کلی یک شاخص عمومی است که از طریق آن می‌توان درباره سطح پیشرفت جامعه داوری کرد و از سوی دیگر پیشرفت و ترقی ورزش و دستاوردهای اقتصادی ناشی از آن به داده‌ها و عوامل اجتماعی حاکم بر جامعه وابسته است.

تحقیقات انجام شده نشان می‌دهد که در دهه ۹۰ میلادی، ورزش در کشور ایالات متحده آمریکا به لحاظ گردش مالی به عنوان هفدهمین صنعت برتر شناخته شده بود؛ اما در سال‌های اخیر با سرمایه‌گذاری‌های کلانی که توسط دولت و بخش خصوصی این کشور صورت گرفته، این صنعت به عنوان پنجمین صنعت برتر در این کشور شناخته می‌شود. صنعت ورزش پس از خرید و فروش ملک، صنعت رایانه، صنعت بهداشت و امور نظامی با ۲۵۲ میلیارد دلار گردش مالی از بزرگترین صنایع مالی در این کشور محسوب می‌شود. برای روشن شدن بهتر این قضیه لازم است به این نکته اشاره شود که این صنعت توانسته است صناعی چون خودروسازی و موتورسازی و حتی صنعت هالیوود در آمریکا را به لحاظ گردش مالی پشت سر بگذارد (Jalaei et al, 2017:67). امروزه ورزش به عنوان یک بخش اقتصادی چه از بعد عملی و چه تماشایی در تولید و مصرف کالاها، خدمات ورزشی و توسعه اقتصادی جوامع نقش اساسی دارد (Mohammadi et al, 2018: 70). ورزش یک سرمایه‌گذاری درازمدت است که اثر آن در رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی معلوم و محرز است. سرمایه‌گذاری در ورزش از جمله سرمایه‌گذاری‌هایی است که دارای دوران باروری کوتاه‌مدت و درازمدت است و با پرداخت به آن می‌توان نتایج اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی شایان توجهی را به دست آورد و در تأمین نیازهای جامعه و رفاه ملی کوشید (Rostamzadeh et al, 2017: 181).

ورزش یکی از تجارتهای اصلی دنیاست، علاوه بر این یک تفریح و سرگرمی پرطرفدار است که نقطه مرکزی فرهنگ و ارتباطات جامعه را تشکیل می‌دهد، بخشی از همه سطوح اقتصادی و افزایش مشارکت اجتماعی است که مشمول مدیریت کردن اسپانسرهای مهم و بزرگ، مدیریت مراسم و برگزاری رویدادهای مهم ورزشی و تبلیغات و یا افزایش مشارکت اجتماعی (Boyle, 2014:8). فرناندز و دیگران (Fernandez et al, 2016) در تحقیقی که در نشریه توسعه ورزش اروپا انجام داده‌اند نشان دادند که ورزش باعث رشد اقتصادی وسیعی شده و یک سهم ویژه و خاص در افزایش مشاغل داشته است. در راستای سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴ نیز، دست یافتن به جایگاه نخست اقتصادی، علمی و فناوری، با تأکید بر جنبش نرم‌افزاری و تولید علم، به نظر می‌رسد صنعت ورزش ایران از طریق ایجاد توانمندی‌ها و قابلیت‌های علمی، صنعتی و داشتن تفکر تولید در کلاس جهانی می‌تواند در دستیابی به چشم‌انداز کشور ایفای نقش کند (Mohammadi et al, 2018: 74). در اینکه ورزش سهم ویژه و خاصی در اقتصاد هر جامعه‌ای دارد شکی نیست، کما اینکه تحقیقات و پژوهش‌ها این گفته را تأیید می‌کنند.

شریفی و رحیمی (Sharifi and Rahimi, 2020) در تحقیق خود با عنوان «بررسی عوامل کارساز و کلیدی در راستای توسعه صنعت ورزش و اثرات اقتصادی و اجتماعی آن در جامعه» بیان کرده‌اند که بررسی اثرات مستقیم و غیر مستقیم سرمایه‌گذاری در ورزش و تأثیر آن بر رشد و توسعه اقتصادی، مسأله‌ای بسیار مهم برای اقتصاد کشورهاست. در این تحقیق بیان شده است که کمیت و کیفیت بخش‌های صنعت ورزش در هر کشوری با توجه به اندازه و دامنه این صنعت متفاوت است؛ از این رو تا کنون الگوی واحد و یکسانی برای آن ارائه نشده است. صدیق و همکاران (Sedigh et al, 2019) در تحقیق خود با عنوان «ارائه چارچوبی برای تحلیل راهبردی مشارکت ذی نفعان در توسعه صنعت ورزش کشور» به این نتیجه رسیده‌اند توسعه صنعت ورزش از اصول مدیریت سیستمی پیروی می‌کند و عوامل کلیدی و راهبردی آن جهت‌گیری مسیر راهبردی توسعه را در مدل تعیین می‌کند و مدیران باید برنامه‌ریزی، اجرا و ارزیابی آن را مبنا قرار دهند. حسن زاده و سهرابی (Hassanzadeh and Sohrabi, 2022) در تحقیق خود با عنوان «تبیین عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی ورزشی؛ رویکرد جامعه‌شناختی و بوم‌شناسی» به این نتیجه رسیده‌اند که کارآفرینی نقش بسیار کلیدی در توسعه اقتصادی و پایدار همه جوامع دارد و مسأله بیکاری در جامعه به اندازه‌ای کلان شده است که تنها با ایجاد بازاری جدید در اقتصاد می‌توان برای این حجم از بیکاران ایجاد شغل کرد؛ بازاری که علاوه بر ایجاد اشتغال در سطحی گسترده، بتواند افزایش رشد اقتصادی و توسعه کشور را هم تضمین کند. نیازی و رافعی دهکردی (Niyazi and Rafeidehkordi, 2022) در تحقیق خود با عنوان «ارائه مدل کارآفرینی ورزشی با رویکرد سرمایه اجتماعی بر اساس نظریه داده‌بنیاد» که در حوزه صنعت ورزش و اجتماع انجام داده‌اند به این نتیجه رسیده‌اند که برای موفقیت در کارآفرینی باید راهکارهایی در ایجاد و توسعه سرمایه اجتماعی در کسب و کارها ایجاد شود. بخشنده و همکاران (Bakhshandeh et al, 2019) در تحقیق خود اظهار کرده‌اند که ورزش از ابزارهای تأثیرگذار در هدایت نیروهای اجتماعی برای تحقق توسعه پایدار به‌ویژه در جوامع با رشد جمعیت زیاد است. ورزش کمترین هزینه را در مقابل سایر هزینه‌های مدیریتی به خود اختصاص می‌دهد؛ در این تحقیق عنوان شده است که منابع انسانی ورزش در کوتاه‌مدت و بلندمدت بیشترین تأثیر را بر رشد اقتصادی صنعت ورزش ایران دارد. قهرمانیان (Ghahramaniyan, 2017) در تحقیقی با عنوان «نقش ورزش در اقتصاد و مدیریت و توسعه کسب و کار» عنوان کرده است که صنعت ورزش یکی از صنایع نوین در اقتصاد بین‌المللی طی دهه‌های اخیر نقش مولدی ایفا نموده است و برای سرمایه‌گذاری‌های کلان اقتصادی بیش از پیش برای هر کشوری تأثیرگذار است. تقویت سلامت جسمی در جامعه، رشد اقتصادی ناشی از تأثیرات آن در روح و جسم نیروی کار و ایجاد امنیت اجتماعی در اثر جلوگیری از روی آوردن جوانان به رفتارهای ناهنجار، از دیگر ابعاد مهمی است که موجب توجه بیشتر فعالان اقتصادی به ورزش شده است؛ از این رو نقش درآمد ملی در موفقیت ورزشی نشان‌دهنده آن است که ورزش بخشی حاشیه‌ای در کشور نیست، بلکه ورزش نیز مانند سایر بخش‌های اقتصادی، اجتماعی و آموزشی، می‌تواند با آخرین متدها و سیستم‌های علمی و مدیریتی برنامه‌ریزی و هدایت شود. محمدی و دیگران (Mohammadi et al, 2018) در تحقیقی با عنوان «طراحی مدل کیفی توسعه اقتصادی صنعت ورزش ایران» بیان داشته‌اند که در ایران نیز مانند سایر کشورها از ورزش باید به عنوان یک منبع مهم اقتصادی استفاده شود. کوشا و همکاران (Kosha et al, 2017) به تحلیل شکاف صنعت ورزش ایران از منظر رویدادهای بزرگ ورزشی پرداخته‌اند و عنوان نمودند که منظور از شکاف صنعت ورزش، اختلاف بین انتظار مشتریان ورزش از وضع مطلوب و ادراک آن‌ها از وضع موجود است؛ برای جبران این شکاف باید شناخت کافی از وضعیت موجود و مطلوب ایجاد شود. جمشیدی (Jamshidi, 2016) به واکاوی چالش‌های اشتغال و درآمدزایی زنان با رویکرد کیفی پرداخت و عنوان کرد با توجه به

اهمیت اشتغال زنان عشایر در بهبود اقتصاد خانواده، مشکلات تولیدی و کاهش تولیدی و کاهش سطح تولیدات زنان تعاملی است در مقابل شرایط حاکم بر مناطقی که پیامد منفی تنزل جایگاه اقتصادی زنان را به دنبال دارد و به نظر می‌رسد که توجه به صنعت ورزش می‌تواند به عنوان راهگشایی بر درآمدزایی این گروه باشد. لیلیا صوفی زاده (Sufizadeh, 2016) در تحقیقی به بررسی نقش اقتصاد و ورزش پرداخته است و سهم ورزش در رشد اقتصادی و اشتغال ایران را بررسی کرده به این نتیجه رسیده است که بین عوامل مؤثر بر توسعه اقتصاد و اشتغال در ورزش تفاوت معناداری وجود دارد. وی در تحقیق خود بیان کرده است که ورزش در کشورهای توسعه یافته سهم قابل توجهی در مخارج خانوار دارد و جنبه‌های مختلف اقتصاد ورزش را اینگونه مطرح کرده است: ایجاد اشتغال مستقیم و غیرمستقیم، تولید کالاها و خدمات ورزشی (تجارت بین الملل)، رونق گردشگری و توسعه بازارهای محلی از طریق حوادث ورزشی، ایجاد تأسیسات و امکانات گسترده ورزشی، مسائل فرهنگی و امنیتی، افزایش رفاه عمومی و سرمایه اجتماعی و انسانی در جامعه. اسکو و شجاعی (Esco and Shojaei, 2014) در تحقیقی با عنوان «ورزش یک تفریح یا یک صنعت پرسود» عنوان کرده‌اند که ورزش را باید به عنوان کالایی سرمایه‌ای به حساب آورد که از آن می‌توان به عنوان یک صنعت پرسود سخن راند که بود و نبود نگرش اقتصادی برای آن گویای افت و خیزهای کلان برنامه‌های اقتصادی یک سرزمین است.

لیچ (Litch, 2020) به تحلیل و بررسی اقتصادی در کشور استرالیا پرداخته و علاوه بر حصول فهرست منابعی برای توسعه اقتصادی ورزش، به تدوین چشم‌انداز جامع ورزش استرالیا در سال ۲۰۳۰ پرداخته و در نهایت به ارائه مدل اقتصادی ورزش دست یافته است. اسکلیز (Scelless, 2021) در تحقیقی با عنوان «آیا راهکارهای اقتصادی تیم‌های ورزشی در ورزش‌های الکترونیکی هم اعمال می‌شود؟» به توسعه اقتصادی تیم‌های حرفه‌ای ورزشی و ورزش‌های الکترونیکی پرداخته است و برخی از دستاوردهای اقتصادی ورزش حرفه‌ای و ورزش‌های الکترونیکی در جامعه را بررسی کرده است. پیتز (Pitts, 2020) در تحقیقی با عنوان «تکنولوژی و بازاریابی ورزشی» بازاریابی ورزشی را به عنوان یکی از راههای توسعه اقتصادی معرفی کرده است. آراژو (Araujo, 2019) در تحقیقی با عنوان «سلامت و ورزش: تأثیر اقتصادی و اجتماعی گردشگری فعال» بیان کرده است که نگرانی در مورد سلامت و تندرستی در حال حاضر یک روند جهانی است؛ در نتیجه مردم به طور فزاینده‌ای در برخی از ورزش‌های معمولی شرکت می‌کنند که این موضوع تأثیر ورزش را در اقتصاد و جامعه به وضوح نشان می‌دهد. دروماند (Drummond, 2020) در تحقیقی تأثیرات اقتصادی کووید ۱۹ در بحث ورزش را بررسی کرده است و پیشنهادهایی در مورد بهبود اقتصاد ورزش در این دوران ارائه داده است از جمله به دست آوردن گزینه‌های نوین تأمین مالی برای تحریک بازار، ارائه تخفیفات مالیاتی برای حامیان و تأمین‌کنندگان مالی رویدادها و برنامه‌ریزی‌های عملیاتی. ویلنر (Wilner, 2018)، در تحقیقی به عوامل مؤثر در توسعه اقتصادی ورزش پرداخت و عواملی مانند برگزاری رویدادها، مسابقات، همایش‌ها و جشن‌های بزرگ ملی و بین‌المللی ورزشی را به عنوان مهم‌ترین و بهترین عوامل مؤثر بر توسعه اقتصاد ورزشی معرفی نمود. در تحقیق آندرف (Andreff, 2011) وضعیت اقتصادی ۱۲ کشور اروپایی از جمله آلمان، سوئیس، بلژیک، انگلستان، دانمارک، فنلاند، فرانسه، ایتالیا، پرتغال، اسپانیا، سوئد و مجارستان با یکدیگر مقایسه شد. بر اساس نظر وی، هر گونه تجزیه و تحلیل اقتصادی ورزش می‌تواند مدرکی مبنی بر میزان توسعه اقتصادی، تعیین سطح عملکرد و توسعه ورزش آن کشور و میزان تسهیلات و مسائل مالی مرتبط با ورزش باشد. وی در تحقیق دیگری با عنوان «ورزش و توسعه اقتصادی» رابطه بین این دو متغیر را در کشورهای در حال توسعه مورد مطالعه قرار داد و به این نتیجه رسید که این کشورها ورزش را نه تنها در اولویت‌های بودجه خود قرار نمی‌دهند بلکه دارای سیستم آموزشی نامناسب در

این زمینه‌اند. اسپایج (Spaaij, 2010) در تحقیقی بیان کرده است نقشی که سازمان‌های ورزشی می‌توانند در شکل‌گیری سرمایه اجتماعی و اقتصادی و توسعه آن ایفا کنند همچنان و نامعلوم است. استدلال می‌شود که سازمان‌های ورزشی مانند سازمان‌های دیگر به میزان متفاوتی در فعالیتهای مرتبط با مسئولیت‌های اجتماعی و اقتصادی شرکت کنند.

نظریه‌های جامعه‌شناختی ورزش به ما می‌گوید آنالیزهای مختلف از رویدادهای ورزشی و جنبه‌های مختلف آن تا چه اندازه می‌تواند در جامعه مدرن به کار آید. این نظریات همچنین به ما نشان می‌دهد ورزش چگونه می‌تواند در امور مختلف همچون فرهنگی، اقتصادی و سیاسی در برهه‌های مختلف زمانی تأثیر بگذارد. با رشد و گسترش چارچوب اجتماعی ورزش، این امکان فراهم آمده است تا تفسیرهای مهم و متناسبی از ورزش حاصل شود؛ یکی از این تفسیرها، ورزش به عنوان رشد اقتصادی در جامعه است. رشد اقتصادی از جمله اهدافی است که هر جامعه‌ای آن را دنبال می‌کند و دلیل این امر نیز دستیابی به منافع و مزایای فراوانی است که در روند توسعه اقتصادی تحقق می‌یابد. با توجه به اهمیت پرداختن به ورزش و نقش و اثر آن بر جامعه و اقتصاد پژوهش حاضر در پی شناسایی راهکارهای توسعه اقتصاد ورزشی با رویکرد جامعه‌شناختی، ارائه مدل پارادایمی و رتبه‌بندی راهکارهای شناسایی شده به لحاظ اهمیت جایگاه هر کدام از این راهکارهاست.

روش‌شناسی تحقیق

بخش کیفی تحقیق

در این تحقیق روش پژوهش بر مبنای جستجوی داده‌ها در فاز کیفی جزء تحقیقات اکتشافی است. جامعه آماری را خبرگان مدیریت ورزشی و اقتصاد و مدیریت بازرگانی آگاه به موضوع تشکیل می‌داد. از روش نمونه‌گیری هدفمند و تکنیک گلوله‌برفی در بخش کیفی و روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای در بخش کمی برای انتخاب نمونه‌گیری استفاده شد. ابزار جمع‌آوری اطلاعات در بخش کیفی مصاحبه‌های عمیق بود که هر مصاحبه بین ۱۵ تا ۳۵ دقیقه زمان برد و با ۱۱ مصاحبه به اشباع نظری رسید. در مصاحبه‌های پژوهش‌های کیفی حجم نمونه معمولاً ۸ تا ۲۰ نفر را پوشش می‌دهد. کمتر از ۸ نفر آگاهی‌دهنده، منجر به رویکردی می‌شود که اساساً متکی بر مطالعه موردی است و بیش از ۲۰ نفر احتمالاً داده‌های زیادی را تولید می‌کند که منجر به گردآوری داده‌های اضافی و غیر لازم می‌شود (Hooman, 2012: 104). برای تحلیل مصاحبه‌ها از نظریه گراند تئوری و روش استراوس و کوربین^۱ استفاده و منجر به شناسایی ۲۴ کد انتخابی، ۵۱ کد محوری و ۱۱۸ کد باز شد، مدل پارادایمی نیز براساس این کدگذاری‌ها طراحی شد. معمولاً پژوهش‌های کیفی که ماهیتاً اکتشافی است، در مواردی استفاده می‌شود که نوعی دغدغه نسبت به فهم و چگونگی وقوع پدیده‌ها و نحوه ارتباط آنها با یکدیگر وجود دارد و پژوهشگران درباره آنچه می‌پردازند، نظریه‌پردازی می‌کنند. ایده اصلی این راهبرد این است که نظریه‌پردازی از داده‌های در دسترس ناشی نمی‌شود، بلکه بر اساس داده‌های حاصل از مشارکت‌کنندگان که فرآیند پژوهش را تجربه کرده‌اند ایجاد یا مفهوم‌سازی می‌شود؛ محبوبیت این روش عمدتاً به دلیل دستورالعمل‌های روشن آن است (Mohammadi, 2018: 75). مبنای فلسفی این راهبرد پژوهش کیفی پدیدارشناختی است و پژوهش تفسیری به شمار می‌رود. روند شکل‌گیری نظریه در این روش، حرکت از جزء به کل است. این روش یک سلسله رویه‌های سیستماتیک را به کار می‌گیرد تا نظریه‌ای مبتنی بر استقرا درباره پدیده مورد نظر ایجاد کند. هر تئوری که براساس این روش تدوین می‌گردد بر زمینه‌ای مستند از

داده‌های واقعی بنیاد نهاده می‌شود؛ در واقع این نظریه مستقیماً از داده‌هایی استخراج می‌شود که در جریان پژوهش به صورت منظم گرد آمده تحلیل شده‌اند. در این روش، پژوهشگر کار را با نظریه‌ای که از قبل در ذهن دارد شروع نمی‌کند، بلکه در عرصه واقعیت آغاز می‌شود و نظریه از درون داده‌هایی که گردآوری شده پدیدار می‌گردد (Bahadori et al, 2017:80). استراوس و کوربین (۱۹۹۸) در کتاب خود (کشف نظریه داده‌بنیاد) سه روش کدگذاری پیشنهاد کرده‌اند که عبارتند از: کدگذاری باز، محوری و انتخابی. کدگذاری باز: کدگذاری باز، فرآیندی تحلیلی است که از طریق آن مفاهیم شناخته و ویژگی‌ها و ابعاد آن‌ها در داده‌ها کشف می‌شود. در این مرحله نظریه‌پرداز، مقوله‌های اولیه درباره پدیده را با بخش‌بندی اطلاعات شکل می‌دهد؛ این مرحله کدگذاری باز نامیده می‌شود زیرا پژوهشگر بدون هیچ محدودیتی به نامگذاری مقوله‌ها می‌پردازد و محدودیتی برای تعداد کدها و مقوله‌ها قائل نمی‌شود. کدگذاری محوری: کدگذاری محوری، فرآیند ربط‌دهی مقوله‌ها به زیرمقوله و پیوند دادن مقوله‌ها در سطح ویژگی‌ها و ابعاد است؛ این کدگذاری که در مورد محور مقوله تشریح می‌شود محوری نامیده می‌شود. در این مرحله از کدگذاری، مفهوم‌ها از حالت باز فاصله گرفته و حالتی اختصاصی‌تر به خود می‌گیرد، و محورهای اصلی در مجموعه مشخص و گام‌های بعدی کدگذاری هم حول همین محورها سازماندهی می‌شود. به واقع ارتباط میان هر مقوله با زیرمقوله‌هایش در مرحله کدگذاری محوری صورت می‌گیرد؛ یعنی مفاهیم برجسته‌هایی مفهومی‌اند که به حوادث، وقایع و دیگر پدیده‌های مجزا اختصاص پیدا می‌کنند (Bahadori et al, 2017:81). کدگذاری انتخابی: فرآیند کدگذاری انتخابی، فرآیند یکپارچه‌سازی و بهبود مقوله‌هاست؛ این فرآیند با نگارش خط داستان، مقوله‌ها را به هم متصل می‌کند. کدگذاری انتخابی، مهم‌ترین مرحله نظریه‌پردازی است که پژوهشگر در آن مقوله‌های محوری را با سایر مقوله‌ها ارتباط می‌دهد، ارتباط آن‌ها را اثبات و مقوله‌هایی را که احتیاج به بهبود و بازنگری دارد اصلاح می‌کند (Amirshahi, 2014: 105).

جدول ۱- ویژگی‌های دموگرافیک مصاحبه‌شونده‌ها

مصاحبه‌شونده‌ها	رشته تحصیلی	مدرک تحصیلی	سمت
P1	اقتصاد	دکتر	استادیار دانشگاه
P2	اقتصاد	دکتر	استادیار دانشگاه
P3	اقتصاد	فوق لیسانس	مدرس دانشگاه - دانشجوی دکتر
P4	مدیریت بازرگانی	دکتر	دانشیار دانشگاه
P5	مدیریت بازرگانی	دکتر	استادیار دانشگاه
P6	مدیریت ورزشی	دکتر	استادیار دانشگاه
P7	مدیریت ورزشی	دکتر	استادیار دانشگاه
P8	مدیریت ورزشی	دکتر	مدرس دانشگاه
P9	مدیریت ورزشی	فوق لیسانس	مدرس دانشگاه
P10	مدیریت ورزشی	دکتر	مدرس دانشگاه
P11	مدیریت ورزشی	دکتر	مدرس دانشگاه

جدول ۱ ویژگی‌های دموگرافیک مصاحبه‌شونده‌ها (رشته تحصیلی، مدرک تحصیلی و سمت) را نشان می‌دهد.

جدول ۲- کدگذاری های باز، محوری، انتخابی و تکرار کدهای انتخابی

مقوله ها	کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز	تکرار کدهای انتخابی
شرایط علی	نهاد گرایی در ورزش-توسعه	اصلاحات زیرساخت‌های اجتماعی و اقتصادی درباره	حل مشکلات بازار- توزیع عادلانه ثروت و درآمد - توجه بیشتر به ورزش به عنوان یک صنعت سودآور- ایجاد رویه‌های مناسب و منطقی قیمت‌گذاری بر رویدادها و محصولات ورزشی- جلوگیری از انحرافات مالی و اقتصادی- افزایش شفافیت مالی در نهادها و سازمان‌های ورزشی- مشخص شدن نقش و اهمیت ورزش در توسعه اقتصادی کشور-	۱- نهاد گرایی در ورزشی: P1-P2-P3-P4
	تأسیسات و امکانات ورزشی- برنامه‌ریزی توسعه	آمدن محیط ساختاری و قانونی در سازمان‌ها و نهادهای ورزشی- افزایش شاخص‌های بهره‌وری نهادهای ورزشی- استانداردسازی اماکن ورزشی از نظر فنی و ایمنی- برنامه‌ریزی بلندمدت و میان‌مدت- روابط بین‌المللی سازنده- تحقق اهداف سیاسی و بین‌المللی- استقبال بیشتر از ورزش- رونق بازار و کالاهای ورزشی	بر رویدادها و محصولات ورزشی- جلوگیری از انحرافات مالی و اقتصادی- افزایش شفافیت مالی در نهادها و سازمان‌های ورزشی- مشخص شدن نقش و اهمیت ورزش در توسعه اقتصادی کشور-	۲- توسعه تأسیسات و امکانات ورزشی: P2-P6-P7-P8-P9-P10-P11
	دیپلماسی ورزشی- افزایش کیفیت خدمات ورزشی	روابط بین‌المللی سازنده- تحقق اهداف سیاسی و بین‌المللی- استقبال بیشتر از ورزش- رونق بازار و کالاهای ورزشی	سازمان‌های ورزشی- مشخص شدن نقش و اهمیت ورزش در توسعه اقتصادی کشور-	۳- برنامه‌ریزی P1-P2-P3-P5-P6-P7-P8-P9-P10- P11
			حفظ و رونق بازار رویدادها و خدمات ورزشی- موازنه هزینه‌ها و ارائه خدمات- جلب اعتماد عمومی به امنیت تأسیسات و اماکن ورزشی- کاهش حوادث ناخواسته ورزشی- گسترش فرهنگ بیمه حوادث ورزشی- افزایش درآمد سرانه- بالا بردن میزان اشتغال نیروهای متخصص ورزشی- درآمدزایی از رویدادهای ورزشی- برنامه‌ریزی برای نیازهای کوتاه و بلندمدت - داشتن تقویم پیش‌بینی زمان طرح‌های ورزشی- گسترش جریان اطلاعات و عقاید و افکار در سطح بین الملل - بهبود روابط بین‌الملل- گسترش همکاری‌ها و درک بین المللی- پیشبرد منافع مالی و اقتصادی کشور- رشد تجارت و بازرگانی بین المللی- وفاداری و رضایتمندی ورزشکاران- حفظ ورزشکاران قدیمی و جذب ورزشکاران جدید- افزایش عرضه و تقاضا در زمینه کالاها و خدمات ورزشی- سرمایه‌گذاری در اعتماد مشتریان و در نتیجه رونق اقتصادی	۴- توسعه دیپلماسی ورزشی P1-P2-P4-P5-P7-P11
			حفظ و رونق بازار رویدادها و خدمات ورزشی- موازنه هزینه‌ها و ارائه خدمات- جلب اعتماد عمومی به امنیت تأسیسات و اماکن ورزشی- کاهش حوادث ناخواسته ورزشی- گسترش فرهنگ بیمه حوادث ورزشی- افزایش درآمد سرانه- بالا بردن میزان اشتغال نیروهای متخصص ورزشی- درآمدزایی از رویدادهای ورزشی- برنامه‌ریزی برای نیازهای کوتاه و بلندمدت - داشتن تقویم پیش‌بینی زمان طرح‌های ورزشی- گسترش جریان اطلاعات و عقاید و افکار در سطح بین الملل - بهبود روابط بین‌الملل- گسترش همکاری‌ها و درک بین المللی- پیشبرد منافع مالی و اقتصادی کشور- رشد تجارت و بازرگانی بین المللی- وفاداری و رضایتمندی ورزشکاران- حفظ ورزشکاران قدیمی و جذب ورزشکاران جدید- افزایش عرضه و تقاضا در زمینه کالاها و خدمات ورزشی- سرمایه‌گذاری در اعتماد مشتریان و در نتیجه رونق اقتصادی	۵- افزایش کیفیت خدمات ورزشی P6-P7-P8-P9-P10-P11

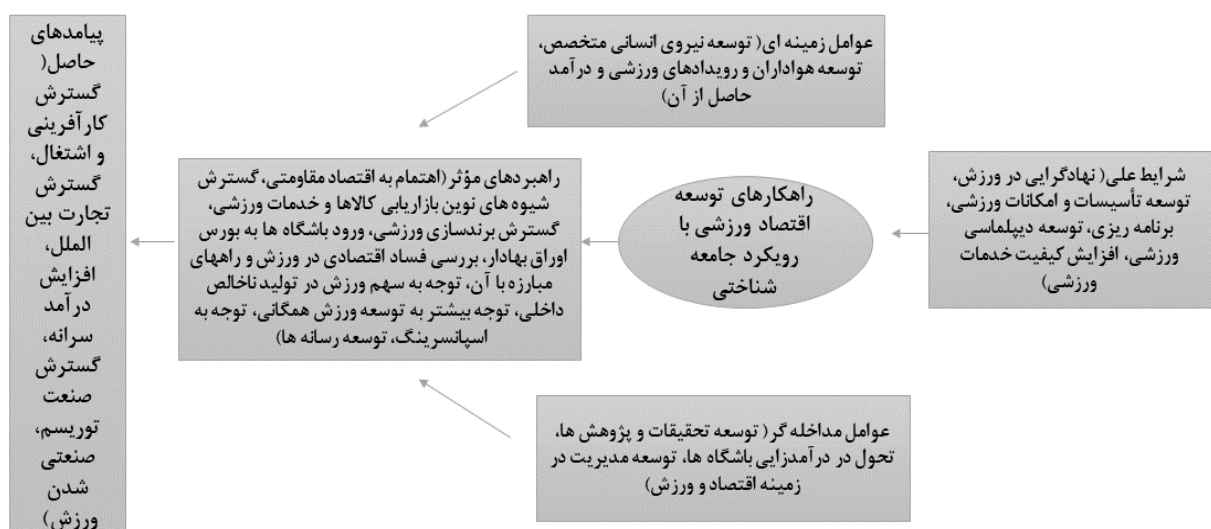
مقوله‌ها	کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز	تکرار کدهای انتخابی
عوامل زمینه‌ای	توسعه نیروی متخصص - توسعه هواداران و رویدادهای ورزشی و درآمد حاصل از آنها	رسیدن بهتر به اهداف اقتصادی - حمایت از نیروهای حرفه‌ای در زمینه اقتصاد و ورزش - شناسایی موانع در مورد اقتصاد و ورزش - افزایش درآمد ملی - تولید سرانه داخلی	شناخت و درک مناسب از وضعیت اقتصاد و ورزش - ارائه راهکارهای مناسب در زمان بحران‌های اقتصادی در جامعه - تعامل مفید و روابط سازنده بین اقتصادی و ورزشی - افزایش همکاری پژوهشگران مدیریت ورزشی در قالب پروژه‌های مشترک با سایر رشته‌های مرتبط نظیر مدیریت مالی، صنعتی، بازرگانی و اقتصاد - ارائه اصلاحات - رفع اشکالات موجود - رشد اقتصادی - ثبات اقتصادی - توجه بیشتر به تماشاگران به عنوان یکی از شاخصه‌های رشد و رونق اقتصادی - گسترش فرهنگ احترام به تماشاگران	۶- توسعه نیروی متخصص P2-P3-P4-P7-P9-P11
	عوامل زمینه‌ای			۷- توسعه هواداران و رویدادهای ورزشی و درآمد حاصل از آنها P6-P7-P8-P9-P10-P11
عوامل مداخله‌گر	توسعه تحقیقات و پژوهش‌ها - تحول در درآمدزایی باشگاهها - توسعه مدیریت در زمینه اقتصاد و ورزش	رشد دانش اقتصاد و مدیریت - استفاده و توجه به فناوری و تکنولوژی روز - حرکت به سوی خصوصی‌سازی - ثبات اقتصادی در حوزه ورزش - افزایش بهره‌وری مدیریت ورزشی	افزایش بهره‌وری اقتصادی - استفاده مفید و بهینه از اطلاعات حوزه ورزش و اقتصاد - استفاده از آخرین دستاوردهای علمی و پژوهشی - به روز بودن دانش اقتصادی ورزشی - سودآوری بیشتر برای باشگاهها - خروجی رونق اقتصادی از رونق باشگاهها - ادامه حیات باشگاهها - پیش فاکتور توسعه خصوصی‌سازی در ورزش	۸- توسعه تحقیقات و پژوهش‌ها P1-P2-P5-P6-P8-P9-P10-P11
	عوامل مداخله‌گر			۹- تحول در درآمدزایی باشگاهها P6-P7-P8-P9-P10-P11 ۱۰- توسعه مدیریت در زمینه اقتصاد و ورزش P3-P4-P5-P6-P7-P8-P9-P10-P11
راهبردهای مؤثر	اهتمام به اقتصاد مقاومتی - گسترش شیوه‌های نوین	حمایت از محصولات ورزشی داخلی - رونق اقتصادی - آشنایی با شیوه‌های نوین بازاریابی - بسط و گسترش بازاریابی	بی‌نیازی از ورود کالاهای ورزشی هزینه بر - جلوگیری از خروج سرمایه داخلی - رسیدن به هدف استفاده از کالای ایرانی - ایجاد رقابت سالم با	۱۱- اهتمام به اقتصاد مقاومتی P1-P2-P3-P4-P6-P8-P11 ۱۲- گسترش شیوه‌های نوین بازاریابی کالاها و خدمات ورزشی

مقوله ها	کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز	تکرار کدهای انتخابی
راهبردهای مؤثر	بازاریابی کالاها و خدمات ورزشی- گسترش برندسازی ورزشی- ورود باشگاهها به بورس اوراق بهادار- بررسی فساد اقتصادی در ورزش و راههای مبارزه با آن توجه به سهم ورزش در تولید ناخالص داخلی- توجه به توسعه ورزش همگانی- توجه به اسپانسرینگ توسعه رسانه‌ها	داخلی و خارجی- گسترش تجارت ورزشی - آگاهی از برند- وفاداری و تعصب به برند- توسعه بازار سرمایه و ارتقای جایگاه آن در اقتصاد ملی- گسترش فرهنگ سهامداری و سرمایه‌گذاری- سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش- مبارزه با حضور مافیای در ورزش- باز بودن راه اقتصاد مولد- ورود سرمایه‌های پولی و مالی به جامعه- اقتصاد پویا- بهره‌وری بالا از ورزش- ارتقای بهداشت عمومی- جذب و حفظ سرمایه داران- برآوردن همزمان اهداف بازاریابی- حق پخش رسانه‌های بیشتر به حوزه ورزش- پیش‌زمینه حرفه‌ای شدن ورزش	محصولات مشابه خارجی- شکوفایی استعدادهای داخلی- استفاده کمتر از شیوه‌های سنتی بازاریابی- حل مسائل مشتریان ورزشی- شناسایی نیازهای مشتریان ورزشی - به‌روز بودن اطلاعات حاصل از سلاقی مشتریان ورزشی- شناسایی دقیق‌تر بازار کالاهای داخلی و خارجی ورزشی- رقیب‌گرایی برای بهبود کیفیت کالاها- اثر مستقیم بر تراز تجاری ورزش- توسعه جامعه خریداران- افزایش تمایل به خرید- ترغیب به خرید- حفظ مشتریان قدیمی و جذب مشتریان جدید- تجهیز و هدایت منابع مالی- شفافیت‌سازی در امور مالی باشگاهها- رفتن به سوی اقتصاد به‌روز دنیا- توسعه باشگاهها از طریق مشارکت سرمایه‌گذاران- بهبود عملکرد سازمان‌های دولتی به علت واگذاری بخشی از مسئولیتها به بخش خصوصی و برآورده شدن هدف اصلی خصوصی‌سازی- ایجاد بستر مناسب برای سرمایه‌گذاری- توسعه سرمایه انسانی، دانش پایه و متخصص- انتقال مدیریت- حذف مقررات دست و پاگیر دولتی، افزایش کارایی عرضه و تقاضا در جامعه- جلوگیری از تبانی در رویدادها و مسابقات ورزشی- جو رقابتی سالم در رویدادهای ورزشی- جلوگیری از رانت خواری در ورزش- حمایت از تولیدکنندگان داخلی- تولید خدمات و کالاهای ورزشی- صادرات و واردات کالاهای ورزشی- ارز آوری لژیونرها- ترانسفر	P3-P5-P6-P7-P8-P9-P10-P11 ۱۳- گسترش برندسازی ورزشی P5-P6-P7-P9-P10-P11 ۱۴- ورود باشگاهها به بورس اوراق بهادار P1-P3-P4-P6-P7-P11 ۱۵- بررسی فساد اقتصادی در ورزش و راههای مبارزه با آن P3-P5-P6-P7-P10 ۱۶- توجه به سهم ورزش در تولید ناخالص داخلی P1-P2-P3-P4-P6-P8-P10 ۱۷- توجه بیشتر به توسعه ورزش همگانی P6-P7-P8-P9-P10-P11 ۱۸- توجه به اسپانسرینگ P6-P7-P8-P9-P10-P11 ۱۹- توسعه رسانه‌ها P5-P6-P7-P8-P9-P10-P11

مقوله ها	کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز	تکرار کدهای انتخابی
			<p>بازیکنان ورزشی- افزایش نشاط اجتماعی- - پیشگیری از انحرافات و ناهنجاری‌های رفتاری- افزایش سطح سلامت جسمی و روانی- افزایش سطح امید در جامعه -پرورش حس جوانمردی- کاهش تدریجی بیماری‌های ناشی از فعل و انفعالات بدن ناشی از بالا رفتن سن- پرکردن اوقات و جلوگیری از انحرافات- جلوگیری از استرس و افسردگی- سودآوری در بلندمدت- بهبود روابط تجاری افزایش فروش- تعامل مثبت میان برند و مصرف‌کننده- گسترش تبلیغات- درآمدزایی زیاد برای باشگاهها- ترویج ورزش- رشد و شکوفایی بیشتر در ورزش -انعکاس اخبار و گزارشهای ورزشی- الگوسازی از ورزشکاران حرفه‌ای برای نوجوانان و جوانان - ایجاد انگیزه برای جذب سایر افراد جامعه به ورزش</p>	
پیامدهای حاصل	<p>گسترش کارآفرینی و اشتغال‌زایی- گسترش تجارت بین‌الملل- افزایش درآمد سرانه- گسترش صنعت گردشگری و توریسم- صنعتی شدن ورزش</p>	<p>خلق فرصت‌های تجاری- جذب فن‌آوری نوین در تولید اشتغال- تأمین درآمدهای ارزی برای سرمایه‌گذاری- رشد مطلوب اقتصادی- اجتماعی- کاهش وابستگی به درآمدهای ارزی حاصل از صدور نفت خام-بهبود عملکرد بخش تولید داخلی و خدمات- افزایش اشتغال و درآمدهای ارزی-بهبود و توسعه امکانات و زیرساخت‌های بخش‌های مختلف- افزایش ارزش افزوده کالا و خدمات ورزشی</p>	<p>ایجاد مشاغل پایدار با صرف هزینه‌های کمتر نسبت به مشاغل دیگر- تقسیم کار- کاهش نرخ بیکاری- خلق کارآفرینان خلاق- بالا رفتن استانداردهای زندگی- تکامل شخصیت فردی- گسترش بازار داخلی- توسعه رفاه اجتماعی- افزایش کارایی - بهبود بهره‌وری اقتصادی- گریز از صادرات تک‌محصولی و رهایی از مشکلات ناشی از آن- ایجاد تنوع در محصولات صادراتی- تأمین ارز برای سرمایه‌گذاری و افزایش سهم در تجارت جهانی و بازارهای بین‌المللی- افزایش توان تولیدی اقتصادی - پیشرفت صنایع و</p>	<p>۲۰- گسترش کارآفرینی و اشتغال‌زایی P1-P2-P3-P5-P6-P7- P8-P9-P10-P11</p>

مقوله‌ها	کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز	تکرار کدهای انتخابی
			کارخانجات- افزایش غروآفرینی ملی و بین‌المللی- جذب ارز خارجی بدون صادرات کالا- رشد صنایع داخلی از جمله صنایع دستی، نساجی ایجاد تحرک و پویایی جامعه- احیای سنت‌ها، فرهنگ‌ها رشد تولید داخلی- کیفیت در تولید محصولات داخلی	

جدول ۲ کدهای انتخابی، محوری، باز و تکرار کدهای انتخابی شناسایی شده از مصاحبه‌شونده‌ها که از ۵ مقوله (شرایط علی، عوامل زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر، راهبردهای مؤثر و پیامدهای حاصل) با نظریه گراندد تئوری و روش استراوس و کوربین بررسی شده را نشان می‌دهد.



شکل ۱- مدل پارادایمی راهکارهای توسعه اقتصاد ورزشی

شکل ۱ مدل پارادایمی راهکارهای توسعه اقتصاد ورزشی را که بر اساس کدهای انتخابی ۵ مقوله شرایط علی (نهادگرایی در ورزش، توسعه تأسیسات و امکانات ورزشی، برنامه‌ریزی، توسعه دیپلماسی ورزشی، افزایش کیفیت خدمات ورزشی)، عوامل زمینه‌ای (توسعه نیروی انسانی متخصص، توسعه هواداران و رویدادهای ورزشی و درآمد حاصل از آن)، عوامل مداخله‌گر (توسعه تحقیقات و پژوهش‌ها، تحول در درآمدزایی باشگاه‌ها، توسعه مدیریت در زمینه اقتصاد و ورزش)، راهبردهای مؤثر (اهتمام به اقتصاد مقاومتی، گسترش شیوه‌های نوین بازاریابی کالاها و خدمات ورزشی، گسترش برندسازی ورزشی، ورود باشگاه‌ها به بورس اوراق بهادار، بررسی فساد اقتصادی در ورزش و راههای مبارزه با آن، توجه به سهم ورزش در تولید ناخالص داخلی، توجه بیشتر به توسعه ورزش همگانی، توجه به اسپانسرینگ، توسعه رسانه‌ها) و پیامدهای حاصل (گسترش کارآفرینی و اشتغال، گسترش تجارت بین الملل، افزایش

درآمد سرانه، گسترش صنعت توریسم، صنعتی شدن ورزش) با نظریهٔ گراند تئوری و روش استراوس و کوربین شناسایی و طراحی شده است را نشان می‌دهد.

بخش کمی تحقیق

در بخش کمی تحقیق کدهای انتخابی که در بخش کیفی از ۴ مقوله (شرایط علی، عوامل زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر و راهبردهای مؤثر) از طریق مصاحبه‌های عمیق به عنوان راهکارهای توسعهٔ اقتصاد ورزشی شناخته شد در قالب پرسشنامهٔ محقق ساخته در مقیاس لیکرت طراحی شد و بین ۱۳۰ نفر از فارغ التحصیلان کارشناسی ارشد و دکترای اقتصاد، مدیریت ورزشی و مدیریت بازرگانی توزیع و ۱۰۴ پرسشنامه جمع‌آوری شد. روایی و پایایی پرسشنامه به تأیید ۱۲ تن از استادان تربیت بدنی رسید. سپس از طریق آزمون فریدمن این راهکارها رتبه‌بندی شد که نتیجهٔ آن در جدول نشان داده شده است.

جدل ۳- نتیجهٔ رتبه‌بندی آزمون فریدمن

۱- تحول در درآمدزایی باشگاهها
۲- توجه به اسپانسرینگ
۳- توجه به سهم ورزش در تولید ناخالص داخلی
۴- ورود باشگاهها به بورس اوراق بهادار
۵- توجه بیشتر به توسعهٔ ورزش همگانی
۶- اهتمام به اقتصاد مقاومتی
۷- افزایش کیفیت خدمات ورزشی
۸- توسعهٔ دیپلماسی ورزشی
۹- توسعهٔ مدیریت در زمینهٔ اقتصاد ورزشی
۱۰- گسترش برندسازی
۱۱- بررسی فساد اقتصادی در ورزش و راههای مبارزه با آن
۱۲- توسعهٔ هواداران و رویدادهای ورزشی و درآمد حاصل از آنها
۱۳- توسعهٔ تأسیسات و اماکن ورزشی
۱۴- نهادگرایی در ورزش
۱۵- گسترش شیوه‌های بازاریابی کالاها و خدمات ورزشی
۱۶- توسعهٔ رسانه‌ها
۱۷- توسعهٔ نیروی متخصص
۱۸- برنامه‌ریزی
۱۹- توسعهٔ تحقیقات و پژوهش‌ها

جدول ۳ نتایج رتبه‌بندی راهکارهای توسعهٔ اقتصاد ورزشی با آزمون فریدمن را نشان می‌دهد. طبق این آزمون عامل تحول در درآمدزایی باشگاهها رتبهٔ نخست و عامل توسعهٔ تحقیقات و پژوهش‌ها به عنوان پایین‌ترین رتبه شناسایی شد.

بحث و نتیجه‌گیری

ورزش در عصر مدرن خود را بهتر از هر زمان دیگری نشان می‌دهد. ورزش وارد سیاست می‌شود، به اقتصاد توجه نشان می‌دهد و مقوله‌های جامعه‌شناسی را در بر می‌گیرد. جامعه‌شناسی مدرن وظیفه دارد تا تئوری ورزش و جنبه‌های مختلف آن را مورد بررسی قرار دهد. رویکردها و مفاهیم جامعه‌شناختی می‌تواند به نحو مفیدی برای درک مفاهیم ورزشی استفاده شود. در دنیای توسعه‌یافته کنونی، اقتصاد ورزش در کنار سایر رشته‌های کاربردی اقتصاد و جامعه‌شناسی، سال‌هاست که مورد توجه واقع شده است. ورزش، میدان رقابتی نسبتاً سالم برای تقابل ملت‌ها و ابزاری برای انتقال تفکرات فرهنگی است و این بخش اقتصادی ورزش است که این صنعت را پیش می‌برد (Hamzehlou et al, 2014: 13).

یکی از اهداف مشخص در سیاست‌های اقتصادی کشورها، افزایش درآمد و به تبع آن توسعه اقتصادی کشورها، افزایش درآمد و به تبع آن توسعه اقتصادی آن کشورها بدون وابستگی به فروش منابع خام است. گرایش روبه رشد مردم به ورزش و نیاز به مصرف کالاها و خدمات ورزشی باعث شده صنعت ورزش روند درآمدزایی بی سابقه‌ای را تجربه کرده و سهم بسزایی در اقتصاد کشورها ایفا کند. بررسی اثر مستقیم و غیر مستقیم سرمایه‌گذاری در ورزش و تأثیر آن بر روی رشد و توسعه اقتصادی، مسأله‌ای بسیار مهم برای اقتصاد کشورهاست، هرچند صنعت ورزش در دهه ۱۹۹۰ میلادی از قدرت خاصی بیش از آنچه تصور می‌شد برخوردار بود ولی هنوز صنعت جوان است و تمامی مشکلات یک صنعت جوان را داراست. کمیت و کیفیت بخش‌های صنعت ورزش در هر کشوری با توجه به اندازه و دامنه این صنعت متفاوت است؛ از این رو تاکنون الگوی واحد و یکسانی برای آن ارائه نشده است (Kalashi et al, 2015: 17). وجود نگرش مثبت در جوامع پیشرفته نسبت به ورزش، سبب سرمایه‌گذاری در امر ورزش برای بالا بردن سطح سلامت و تندرستی و تأثیر بر افزایش سطح بهره‌وری در تولید گشته و همین امر سبب شده است که رفته رفته بیشتر کشورهایی که قبلاً توجه چندانی به آن نشان نمی‌دادند سهمی رو به افزایش، برای سرمایه‌گذاری در امور ورزشی قائل شوند. ورزش یک سرمایه‌گذاری درازمدت است که اثر آن در رشد و توسعه معلوم و محرز است. سرمایه‌گذاری در ورزش از جمله سرمایه‌گذاری‌هایی است که دارای دوران باروری هم کوتاه‌مدت و هم درازمدت است که با پرداختن به آن می‌توان نتایج اجتماعی و فرهنگی و نتایج اقتصادی شایان توجهی را به دست آورد و در تأمین نیازهای جامعه و رفاه ملی کوشید (Rostamzadeh et al, 2014: 81).

در بخش کیفی این تحقیق از طریق مصاحبه‌های عمیق با متخصصان و خبرگان کدهای انتخابی در ۵ مقوله عوامل علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردهای مؤثر و پیامدهای حاصل به عنوان راهکارهای توسعه اقتصاد ورزشی با رویکرد جامعه‌شناختی، شناسایی و منجر به ارائه مدل پارادایمی این تحقیق گردید. براساس مدل پارادایمی به دست آمده از این پژوهش لازم است مدیران ورزشی برای بهره‌گیری از مزایای درازمدت ورزش آن را به عنوان کالایی سرمایه‌ای به حساب آورند.

در مورد ارائه مدل پارادایمی راهکارهای توسعه اقتصادی در ورزش می‌توان به تحقیق محمدی و همکاران (Mohammadi et al 2018) اشاره کرد که مدل کیفی توسعه اقتصادی صنعت ورزش ایران با رویکرد در کلاس جهانی را ارائه دادند و به این نتیجه رسیده‌اند که در آینده ی نزدیک تنها بنگاه‌های اقتصادی می‌توانند در فضای بین‌المللی حضور و توان رقابت را داشته باشند که در کلاس جهانی قرار گیرند، بنابراین برای دست یافتن به هدف حضور صنعت ورزش در کلاس جهانی باید توسعه اقتصادی صنعت ورزش اتفاق بیفتد. در تحقیق دیگری خسرومنش و همکاران (Khosromanesh et al 2018) به طراحی الگوی مفهومی صنعت ورزش پرداختند و اظهار نمودند که

۸ مقوله اصلی به عنوان مقوله‌های بخش پشتیبانی و درآمدزایی در صنعت ورزش ایران شناسایی و تعیین شدند. این مقوله‌ها عبارتند از نهادهای حاکمیتی، مشاوران، مراکز آموزشی، حمایت‌کنندگان درآمدزا، فرهنگ‌سازان، اماکن و تأسیسات ورزشی، کالاها و تجهیزات ورزشی و رسانه‌های اجتماعی؛ تعداد زیادی از این مقوله‌های شناخته شده با کدهای انتخابی این تحقیق که به عنوان راهکارهای توسعه اقتصاد ورزشی شناسایی شده همسوست. محمدی عسکرآبادی و همکاران (Mohammadiaskarabadi et al, 2022) در تحقیق خود با عنوان «مطالعه کیفی راهبردها و پیامدهای توسعه اقتصاد ورزش ایران» مقوله‌هایی مانند سیاست‌های مدیریتی، آموزش و پژوهش، فرهنگ‌سازی، اقتصادی و اجتماعی و سیاسی را شناسایی کرده‌اند.

پیامدهای حاصل از توسعه اقتصاد ورزشی (گسترش کارآفرینی و اشتغال، گسترش تجارت بین الملل، افزایش درآمد سرانه، گسترش صنعت گردشگری و توریسم و صنعتی شدن ورزش) شناخته شد. عامل اول گسترش کارآفرینی و اشتغال بود. دامنه تأثیر گسترش کارآفرینی و اشتغال ناشی از رشد اقتصادی تأثیر بسیار وسیعی بر جامعه می‌گذارد؛ تحقیقات انجام شده نشان داده است که رشد اقتصادی با کارآفرینی همبستگی مثبتی دارد؛ در این باره می‌توان به تحقیق مندعلی زاده و دیگران (Mandalizadeh et al 2019) و پراستی یو (Prasetyo, 2020) اشاره کرد. مندعلی زاده و دیگران (Mandalizadeh et al 2019) در تحقیق خود بیان کرده‌اند که کارآفرینی ورزشی که از پیامدهای توسعه اقتصاد ورزشی است با ایفای نقش مؤثر در توسعه کسب و کار، رفاه و توسعه سلامتی و مشارکت در ابعاد گوناگون جامعه می‌تواند نقش مهم و برجسته‌ای در کشور داشته باشد. پراستی یو (Prasetyo 2020) در تحقیق خود کارآفرینی را یکی از پیامدهای اصلی رشد اقتصادی پایدار مطرح کرده است. دامنه تأثیرات کارآفرینی بر جامعه بسیار وسیع است؛ از تغییر در ارزش‌های اجتماعی تا رشد شتابان اقتصادی، کارآفرینی و اشتغال‌زایی به توزیع درآمدها در جوامع کمک می‌کند و نابرابری را کاهش می‌دهد. عامل بعدی گسترش تجارت بین الملل بود؛ گسترش تجارت بین الملل یکی از نیازهای اصلی جوامع برای ورود به عرصه بین المللی محسوب می‌شود و با تحقیق دینی ترکمانی (Dinitorkamani 2012) همخوانی دارد. وی گسترش تجارت بین الملل ناشی از توسعه اقتصادی را جزو فعالیت‌هایی که بهره‌وری بالایی در جامعه دارد معرفی کرده است. گسترش تجارت بین الملل اثرات متفاوت و مثبتی در اقتصاد و جامعه هر کشوری دارد. عامل بعدی گسترش صنعت گردشگری و توریسم بود. صنعت توریسم هم اکنون جایگاه بسیار بالایی در سطح جهانی دارد. این صنعت ضمن درآمدزایی بسیار گسترده، موجب نزدیک شدن ملل، اقوام و فرهنگ‌ها به یکدیگر و توسعه هرچه بیشتر اقتصاد در کشورها می‌گردد. عامل بعدی افزایش درآمد سرانه بود که با تحقیق محمدی و دیگران (Mohammadi et al 2016) همسوست. در این تحقیق عنوان شده است که توسعه کالاها و خدمات، رشد اقتصادی ایجاد می‌کند که خود سبب افزایش درآمد سرانه می‌شود. یکی از اهداف اصلی دولت‌ها در عرصه اقتصادی، تلاش برای افزایش نرخ رشد تولید سرانه و بهبود وضعیت رفاهی جامعه است. عامل بعدی گسترش صنعت گردشگری و توریسم بود که با تحقیق نرگسی و همکاران (Nargesi et al, 2019) همسوست. در این تحقیق بیان شده است که بین رشد اقتصادی و گردشگری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و رشد اقتصادی باعث بهبود زیرساخت‌ها و توسعه صنعت گردشگری و توریسم می‌شود؛ این صنعت ارزآوری و درآمدزایی بسیار عظیم و مناسبی را در پی دارد و می‌تواند برای میلیون‌ها نفر اشتغال‌زایی کند. عامل بعدی صنعتی شدن ورزش شناخته شد که با تحقیق اسکو و شجاعی (Esco and Shojaei, 2014) همسوست. در این تحقیق مطرح شده است که ورزش صنعتی پرسود است که توانایی بسیاری در جذب سرمایه‌های پایدار دارد و میدان رقابتی

نسبتاً سالم برای تقابل ملت‌ها و ابزاری برای انتقال تفکرات فرهنگی است؛ ورزش دیگر یک فعالیت تفننی نیست بلکه به صنعتی پر رونق به‌خصوص در کشورهای پیشرفته تبدیل گردیده است.

کدهای انتخابی^۴مقوله (شرایط علی، عوامل زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر و راهبردهای مؤثر) که در بخش کمی تحقیق به عنوان راهکارهای توسعه اقتصاد ورزشی شناخته و رتبه‌بندی شد، در بردارنده این عوامل بود: عامل تحول در درآمدزایی باشگاهها رتبه نخست راهکارها را به خود اختصاص داد که با تحقیق ابراهیمی و همکاران (Ebrahimi et al, 2018) و کیان مرز و همکاران (Kiyanmarz et al, 2017) همسوست. ابراهیمی و همکاران (Ebrahimi et al, 2018) در تحقیق خود با عنوان «تبیین جامعه‌شناختی صنعت ورزش و کسب درآمد در ایران» نشان داده‌اند که یکی از عوامل موفقیت صنعت ورزش، تحول در تأمین منابع مالی و درآمدزایی است؛ این درآمدزایی از راههای گوناگون تأمین می‌شود که یکی از مهمترین این منابع حق پخش تلویزیونی است. کیان مرز و همکاران (Kiyanmarz et al, 2017) در تحقیق خود عنوان کرده‌اند که نقل و انتقال بازیکنان، صدور مربی، فروش بلیط، حق پخش‌های تلویزیونی و رسانه‌ای گروهی، تبلیغات میادین ورزشی و جذب حامیان ورزشی از جمله این تحولات است. در واقع باشگاههای ورزشی مانند بنگاههای اقتصادی عمل کرده و بسیاری از آنها حتی هدف اقتصادی مشخصی نیز دارند. در این میان آن دسته از باشگاههایی که در ظاهر اهداف غیراقتصادی را دنبال می‌کنند نیز نمی‌توانند به طور کلی نسبت به اقتصاد بی توجه باشند؛ زیرا با این روند، در بلندمدت ورشکسته شده و امکان بقا و تداوم فعالیت‌های خود را از دست خواهند داد. به همین دلیل، آنها با روش‌های مختلفی مانند فروش سهام باشگاه، واگذاری امتیاز حق پخش رادیویی و تلویزیونی مسابقه‌هایشان، فروش پیراهن و سایر لوازم ورزشی به درآمدزایی می‌پردازند. رتبه دوم عامل توجه به اسپانسرینگ است و با تحقیق ابراهیمی و همکاران (Ebrahimi et al, 2018) و آزادان و همکاران (Azadan et al, 2012) که ۶ عامل ساختاری- مدیریتی، تبلیغاتی، مشوق‌های حمایتی، بسترسازی حرفه‌ای، رسانه‌ها و خصوصی‌سازی رسانه‌ها را به عنوان راههای جذب اسپانسرینگ معرفی کرده است همسوست. آنچه در اینجا بیشتر باید به آن توجه کرد این است که متأسفانه حامیان مالی ورزش بیشتر در سطح نخبگان سرمایه‌گذاری نموده و کمتر در سطح همگانی به سرمایه‌گذاری می‌پردازند. توصیه می‌شود بحث توجه به اسپانسرینگ در سطح همگانی و در تمام سطوح ورزشی بیشتر مورد توجه قرار گیرد. مدیران و برنامه‌ریزان باید در مواجهه با هر رویداد ورزشی از مقوله اسپانسرینگ برای توسعه اقتصاد ورزشی کشورمان استفاده نمایند. رتبه سوم توجه به سهم ورزش در تولید ناخالص داخلی است که با تحقیق کلاشی و همکاران (Kalashi et al, 2016) همسوست. نتیجه این تحقیق نشان‌دهنده این است که ورزش و فعالیت بدنی از طرق مختلف می‌تواند بر اقتصاد جوامع تأثیرگذار باشد و سهم به‌سزایی را در شکوفایی و رشد و توسعه اقتصاد بازی کند. یکی از اثرات مثبت ورزش، تأثیر آن بر تولید ناخالص داخلی است و مخارج ورزشی دولت و خانوار، اثری مثبت و معنادار بر تولید ناخالص داخلی دارد؛ بدین معنا که یک درصد افزایش در هزینه‌های ورزش دولت و خانوار برابر با رشد ۰/۰۲۹ درصد افزایش در تولید ناخالص داخلی کشور است. رتبه چهارم ورود باشگاهها به بورس اوراق بهادار است که با تحقیق دلدار و همکاران (Deldar et al, 2016) و حجتی پور و همکاران (Hojajipour et al, 2013) همسوست. کشورهای پیشرفته دریافته‌اند که ورود باشگاهها به بورس اوراق بهادار، یکی از راههای بهبود وضعیت اقتصادی باشگاههاست. در دنیای پیشرفته ورزش، ورود باشگاهها به بورس اوراق بهادار پیش‌زمینه حرفه‌ای شدن ورزش هر کشوری است. ورود باشگاههای ورزشی به بازار سرمایه، نقطه عطفی برای اقتصاد این صنعت است. کارشناسان معتقدند عدم موفقیت مالی باشگاهها در بورس به دلیل سوددهی و بازدهی مناسب مالی نیست، بلکه به دلیل نوسانات در نتیجه‌گیری

تیم‌هاست. رتبه پنجم توجه بیشتر به توسعه ورزش همگانی است که با تحقیق عرب و همکاران (Arab et al, 2014) و جوادی پور و رهبری (Javadipour and Rahbari, 2016) همسوست. عرب و همکاران (Arab et al, 2014) در تحقیق خود با عنوان «بررسی رابطه ورزش همگانی با اقتصاد جامعه» بیان کرده‌اند که ورزش همگانی عامل مؤثری در کمک به رشد اقتصادی، انسجام و همبستگی اجتماعی است. جوادی پور و رهبری (Javadipour and Rahbari, 2016) نیز در تحقیق خود با عنوان «راهبردها و توسعه ورزش همگانی» به این نتیجه رسیده‌اند که بین راهبردها و عواملی از جمله عوامل اقتصادی با توسعه ورزش همگانی تفاوت معناداری وجود دارد. رتبه ششم اهتمام به اقتصاد مقاومتی است که با تحقیق افشاری و دیگران (Afshari et al, 2018) و جلالی و همکاران (Jalali et al, 2018) همسوست. افشاری و همکاران (Afshari et al, 2018) در تحقیق خود با عنوان «اهتمام به اقتصاد مقاومتی و نقش آن بر توسعه اقتصادی صنعت ورزش ایران» به این نتیجه رسیده‌اند که مسئولان برای توسعه ورزش در بخش صنعت، راهی جز توجه ویژه به راهکارهای اقتصاد مقاومتی به‌خصوص توجه به زیرساختهای اقتصادی و درآمدزا در این بخش ندارند؛ این امر می‌تواند کلیدی راهگشا در زمینه توسعه اقتصاد ورزشی باشد. جلالی و همکاران (Jalali et al, 2018) هم در تحقیقی با عنوان «اولویت‌بندی شاخص‌های اقتصاد مقاومتی در ورزش و تأثیر آن بر توسعه اقتصاد» بیان کرده‌اند که شاخص‌های اقتصاد مقاومتی در گسترش و توسعه اقتصاد موفق خواهد بود. رتبه هفتم افزایش کیفیت خدمات ورزشی است که با تحقیق عبداللّهی و همکاران (Abdullahi, 2018) همسوست؛ محققان در این تحقیق با عنوان تأثیر «ویژگی‌های کیفیت خدمات رویدادهای ورزشی بر شادی و وفاداری ورزشکاران چهاردهمین دوره المپیک ورزشی دانشجویان (2018)» به این نتیجه رسیده‌اند که کیفیت خدمات ورزشی باعث افزایش رضایتمندی از زندگی، سلامت روح و جسم و در نتیجه اثر مثبت در اقتصاد جامعه می‌شود. رتبه هشتم توسعه دیپلماسی ورزشی است که با تحقیق جوادی پور و رهبری (Javadipour and Rahbari, 2018) و شریعتی و گودرزی (Shariati and Goudarzi, 2016) همسوست. جوادی پور و رهبری (Javadipour and Rahbari, 2018) در تحقیق خود با عنوان نقش ورزش و توسعه دیپلماسی ورزشی در پیشبرد سیاست‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی و روابط خارجی جمهوری اسلامی ایران پیشنهادهایی داده‌اند. شریعتی و گودرزی (Shariati and Goudarzi, 2016) در تحقیقی با عنوان «مدلسازی ساختاری مؤلفه‌های دیپلماسی ورزش در توسعه روابط بین‌الملل جمهوری اسلامی ایران» نقش با اهمیت ورزش و توسعه دیپلماسی ورزشی و پیامدهای مختلف آن به‌خصوص در بخش اقتصادی را در این مدل نشان داده‌اند. رتبه نهم توسعه مدیریت در زمینه اقتصاد ورزشی است که با تحقیق رئیسی و علیپور (Raisi and Alipour, 2015) همسوست. در این تحقیق با عنوان «بررسی نقش مدیریت در توسعه اقتصادی کشور» بیان شده است که ایجاد سیستم‌های رهبری و مدیریتی، باعث توسعه و شکوفایی اقتصاد کشور می‌شود. رتبه دهم گسترش برندسازی است که با تحقیق اعظم شادی وند و همکاران (Shadivand, 2018) با عنوان «مقایسه عوامل مؤثر بر ارزش ویژه برندهای ورزشی داخلی و خارجی» همسوست. در این تحقیق عنوان شده است که گسترش برندسازی داخلی و استفاده آنها توسط ورزشکاران حرفه‌ای سبب پیشبرد اهداف توسعه برندهای داخلی در عرصه ملی و بین‌المللی می‌شود که خود باعث توسعه اقتصاد داخلی می‌شود. رتبه یازدهم بررسی فساد اقتصادی در ورزش و راههای مبارزه با آن است که با تحقیق قربانی و همکاران (Ghorbani et al, 2018) و صنیعی (Saniei, 2015) همسوست. قربانی و دیگران (Ghorbani et al, 2018) در تحقیق خود با عنوان «تدوین الگوی مدیریت فساد در ورزش ایران» بیان کرده‌اند که فساد در ورزش اثرات مالی سوئی بر جامعه می‌گذارد که خود مانع از توسعه اقتصاد می‌شود. صنیعی (Saniei, 2015) نیز در تحقیق خود با عنوان «تبیین فساد اقتصادی و سیاسی در جامعه»

توسعه محور» بیان کرده است که فساد اقتصادی یکی از عوامل مهم در عدم توسعه اقتصادی است. رتبه دوازدهم توسعه هواداران و رویدادهای ورزشی و درآمد حاصل از آنهاست که با تحقیق فرخ نیا و همکاران (Farrokhniya et al, 2019) با عنوان «مدل توسعه هواداری در لیگ برتر فوتبال ایران» همسوست. در این تحقیق عنوان شده است که سرمایه‌گذاری و توجه به هواداران باید به عنوان نقش مهم در صنعت ورزش بیشتر مورد توجه قرار گیرد. عامل سیزدهم توسعه تأسیسات و اماکن ورزشی است که با تحقیق موحد (Movahed et al, 2017) با عنوان «تأثیر تجهیزات اماکن ورزشی بر پیشبرد اهداف و برنامه‌های اداره ورزش و جوانان» همسوست. وی در تحقیق خود عنوان کرده است که تأثیر تجهیزات اماکن ورزشی باعث جذب بیشتر ورزشکاران می‌شود که این عامل نقش مهمی در اقتصاد جامعه دارد. رتبه چهاردهم نهادگرایی در ورزش است. در مقاله‌ای با عنوان «نهادگرایی اقتصادی» مروج الگوی توسعه بومی و ملی» که در خبرگزاری جمهوری اسلامی (Iran News Agency, 2022) به چاپ رسیده نقش نهادگرایی در مدیریت و توسعه اقتصاد را مهم و ضروری بیان کرده است. کیشانی و دیگران (Kishani et al, 2018) نیز در تحقیق خود با عنوان «تأثیر محیط نهادی و کارآفرینی راهبردی بر عملکرد کسب و کارهای ورزشی» به این نتیجه رسیده‌اند که عوامل نهادی منجر به بهبود کسب و کارهای ورزشی و در نتیجه توسعه اقتصاد ورزشی می‌شود. رتبه پانزدهم گسترش شیوه‌های بازاریابی کالاها و خدمات ورزشی است که با پژوهش ابراهیمی و دیگران (Ebrahimi et al, 2018) و پیتز (Pitts, 2020) با عنوان «تکنولوژی و بازاریابی ورزشی» و انتظار ریحانی و دلگشا (Entezarrehani & Delgosha, 2015) با عنوان «بررسی تأثیر بازاریابی ورزشی بر اقتصاد» همسوست. بازاریابی تخصصی در صنعت ورزش باعث ارتباط بین صنایع و ساختار ورزش می‌شود و از این طریق موجب سودآوری و توسعه اقتصادی می‌شود. باشگاه خبرنگاران جوان (Young Journalists Club, 2017) در مقاله‌ای با عنوان «نقش برجسته بازاریابی در توسعه اقتصادی و پیشرفت ضریب صادراتی، این نکته را مطرح کرده است که بازاریابی یکی از عوامل تعیین‌کننده در زنجیره اقتصاد است که نبود آن دستیابی به اهداف از پیش تعیین شده را ناممکن می‌کند. رتبه شانزدهم توسعه رسانه‌هاست که با تحقیق لوپز (Lopez, 2020)، سجادی جاغرق و دیگران (Sajjadi Jaghargh et al, 2016) تاجریان (Tajeriyan, 2015) همسوست. لوپز (Lopez, 2020) در تحقیق خود با عنوان «ظهور رسانه‌های اجتماعی در ورزش: یک تحلیل کتاب‌سنجی» بیان کرده است که رسانه‌های اجتماعی با تغییر شیوه تعامل ورزشکاران، مربیان، باشگاه‌ها و فدراسیون‌ها، صنعت ورزش را متحول کرده است. سجادی جاغرق و دیگران (Sajjadi Jaghargh et al, 2015) در تحقیق خود به این نتیجه رسیده‌اند که از توان بالقوه رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی نباید غافل شد زیرا توسعه رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی عواقب زیادی در بر دارد از جمله افزایش درآمد و کاهش هزینه‌ها که این عوامل از فاکتورهای مهم توسعه اقتصادی در جامعه است. تاجریان (Tajeriyan, 2015) هم در تحقیق خود با عنوان «نقش رسانه در توسعه اقتصادی» بیان کرده است که نقش رسانه‌ها در توسعه اقتصادی بسیار مهم و سازنده است. رتبه هفدهم توسعه نیروی متخصص است که با تحقیق جلائی و دیگران (Jalaei et al, 2019) و ابراهیمی و دیگران (Ebrahimi et al, 2018) همسوست. جلائی و دیگران (Jalaei et al, 2019) در تحقیق خود عنوان کرده‌اند که با بررسی کشورهای نظیر ژاپن و آلمان که منابع اقتصادی خود را طی جنگ جهانی دوم از دست داده بودند مشاهده شد که غیر از عوامل فیزیکی، عامل مهمی وجود داشته که آن‌ها را به شکل امروزی قدرتمند سازد؛ آنچه این کشورها را به اینجا رسانده، رشد اقتصادی ناشی از منابع انسانی متخصص و نیروی تفکر خلاق بوده است. رتبه هجدهم برنامه‌ریزی است که با تحقیق قهرمانیان (Ghahramaniyan, 2017) همسوست. طرح‌های توسعه اقتصادی از نظر رشد انسانی و اجتماعی توفیقی به دست

نیامده محسوب می‌شود مگر با داشتن برنامه‌ریزی دقیق و اصولی. برنامه‌ریزی برای پیشرفت تمام متغیرهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی لازم و ضروری است. برنامه‌ریزی در اقتصاد مساوی است با مجموعه‌ای از عملیات اقتصادی برای دستیابی به اهداف مشخص اقتصادی جامعه. برنامه‌ریزی در اقتصاد افزایش منفعت اقتصادی از طریق مقرون به صرفه ساختن عملیات است. رتبه نوزدهم عامل توسعه تحقیقات و پژوهش‌هاست که با تحقیق ربیعی (Rabiee, 2010) با عنوان «نقش تحقیق و توسعه در توسعه اقتصادی» همسوست. وی بیان کرده است که هزینه تحقیق و توسعه و پیشرفت فناوری باعث کاهش هزینه‌ها، افزایش بهره‌وری و رشد صادرات می‌شود و هزینه تحقیقات و توسعه آنها به بنگاههای اقتصادی اجازه می‌دهد توان تولیدی خود را ارتقا بخشند که منجر به رشد ظرفیت، کاهش هزینه، افزایش کیفیت و در نتیجه توسعه اقتصادی شود. تحقیقات و پژوهش‌ها باید نقش پررنگ‌تری در جامعه داشته باشد خصوصاً با تأکید رهبر معظم انقلاب در سالهای گذشته مبنی بر شکوفایی اقتصادی و رونق تولید داخلی و تکیه بر اقتصاد مقاومتی لازم است تا تحقیقات و پژوهش‌های بیشتری در مورد توسعه اقتصادی در تمامی زمینه‌ها انجام شود.

در راستای راهکارهای توسعه اقتصاد ورزشی با رویکرد جامعه‌شناختی پیشنهاد می‌شود برای حفظ سلامت و نشاط آحاد جامعه و در نتیجه بهبود و افزایش توسعه اقتصادی ناشی از سلامت جامعه، زمینه‌های لازم برای همگانی کردن ورزش در کشور فراهم آید که این امر باید به طور مکرر توسط مسئولان بیشتر مورد تأکید قرار گیرد. ورزش گروهی و همگانی در کشور ما از پیشینه چندین هزارساله برخوردار است. بازی‌ها و ورزش‌های گروهی سنتی، دارای کارکرد آموزشی، اقتصادی و تربیتی بوده و امروزه نیز می‌تواند عامل مؤثری در فرآیند جامعه‌پذیری و درونی کردن هنجارهای اجتماعی، کمک به رشد اقتصادی، انسجام و همبستگی اجتماعی، کمک به اهداف انسانی از طریق راههای پذیرفته شده اجتماعی به شمار آید (Arab et al, 2014). همچنین دولت در مواقعی هم باید بخش حرفه‌ای را مورد حمایت خود قرار دهد و در عین حال باید مالیات خود را به بخش ورزش حرفه‌ای تحمیل کند تا از این مالیات برای بهبود ورزش همگانی استفاده نماید؛ زیرا ورزش همگانی در درازمدت فواید بیشتری را برای بخش عظیمی از جامعه به دنبال خواهد داشت. همچنین با توجه به نقش مهم اسپانسرینگ، بازاریابی و رسانه‌های اجتماعی در توسعه اقتصادی، پیشنهاد می‌شود مدیران ورزشی تلاش بیشتری در جذب اسپانسرینگ و گسترش بازاریابی ورزشی از طریق رسانه‌های اجتماعی داشته باشند.

منابع

- Abdollahi, S., & et al. (2019). Impact of sports event services quality features on happiness and loyalty of athletes in 14th Sports Olympiad for University Students in Iran with mediation of satisfaction. *Sport Management Studies*, 11(56), 245-268. (Persian)
- Amirshahi, M & M., H. (2014). Modeling marketing activities affecting brand value using data foundation theory. *Journal of Business Management*, 24, 97-115. (Persian)
- Andreff, W. (2011). Some comparative economics of the organization of sports: competition and regulation in north American vs. European professional team sports leagues. *The European Journal of Comparative Economics*, 8(1), 3-27.
- Arab, S. M. R., Abraham, S., & Ahmadi, M. (2014). A comparison of the relationship between Public sports and community economics. *International Conference on Accounting - Economics and Financial Management*. (Persian)
- Araujo, N., Jose, V., & Bread, A. (2019). Health and sport economic and social impact of active tourism. *European Journal of Investigation in Health Psychology and Education*, 10(1), 20-81.

- Azadan, M., Fariba, A., & Ramezanejad, R. (2012). Examining the strategies of attracting sponsors in Iran's professional football. *Sport Management Studies*, 13, 123-136. (Persian)
- Bahadori, A. (2017). Qualitative data research of the foundation. *A bi-Quarterly Journal of New Strategies for Teacher Education*, 69-88. (Persian)
- Boyle, R., & Haynes, R. (2014). Sport, public relations and social media. *Routledge handbook of sport and new media*, 151-160.
- Club., Y. J. (2017). The prominent role of marketing in economic development and the development of the country's export coefficient.
- Dastom, S. R., & Sadeghiboroujerdi, S. (2019). Presenting the quadruple spiral model of the government, university, industry and society for the development of the knowledge based economy in the county's sports. *Iranian Academy of Management Sciences*, 15, 81-107. (Persian)
- Deldar, I., & Bagheri, G. (2016). A study of obstacles to privatization of Iranian Professional Football League Clubs. *Sport Management Studies*, 27-49. (Persian)
- Dinitorkamani, P. (2012). A review of international trade theories. *Economic Journal*, 12, 99-104. (Persian)
- Drummond, M. (2020). Youth sport and COVID-19: a potential generation lost. *Emerald Open Research*, 2(27), 27.
- Ebrahimi, M., Khabiri, S., & Mahdavi, M. S. (2018). Sociological explanation of sports industry and making money in Iran. *Quarterly Journal of Interdisciplinary Studies on Strategic Knowledge*, 10, 32-70. (Persian)
- Entezarrehani, R. (2015). Investigating the impact of sports marketing on the economy. *National Conference of the Scientific Association of Sports Management*. (Persian)
- Esco, V. (2015). Sport is a recreation or a lucrative industry (study of sports economics). *National Conference on New Sports Sciences, Professional Sports and Health Promotion, Ministry of Science, Research and Technology*. (Persian)
- Farrokhnia, M. A., & Mohammadi, N. (2019). The model of fan development in the Iranian Football Premier League. *Sport Management Studies*, 31, 133-183. (Persian)
- Fernández-Gavira, J. (2016). Research and analysis in sport economics and management. *Revista de psicología del deporte*, 25(1), 9-10.
- Ghahramanian, A. R. (2017). Examining the dimensions of sports, what effect does the sports industry have on the economy?. *Tadbir Management Scientific-Educational Monthly*, 7, 29-77. (Persian)
- Ghorbani, M. H., & Zareeian, H. (2018). Development of corruption management model in Iran. *New Trends in Sport Management*, 7, 121-138. (Persian)
- Hamzehlou, Y., & Shoushinasab, P. (2015). The development of sports on the globalization of Iran. *Strategic Studies On Youth and Sports*, 28, 1-22. (Persian)
- Hassanzadeh, N., & Sohrabi, Z. (2022). Explanation of factors affecting the development of sports entrepreneurship, sociological and ecological approach. *Journal of Strategic Sociological Studies in Sport*, 2(2). (Persian)
- Hojajipour, A., & Rezaei, S.M. (2012). Identifying obstacles to the privatization of sports clubs in order to enter the stock exchange. (Persian)
- Hooman, H. (2012). *A practical guide to qualitative research*. Tehran, Samt Publications. (Persian)
- Iran, N. (2021). (Economic institutionalism) Promotes the model of local and national development. (Persian)
- Jalaei, S. A. M., Ismaili, M., & Rasooli, S.M. (2019). The role of human resources in the economic growth of Iranian Sports. 67-112. (Persian)
- Jalali, S., Honary, H., & Keshkar, S. (2018). Prioritizing indicators of resistance economy in sports and its impact on sports and the development of sports economy. *Resistance Economy Research Journal*, 4, 83-104. (Persian)
- Jamshidi, M. (2016). Analysis of the challenges of women's employment and income generation in Zardlan nomadic area. *Journal of Regional Planning*, 7, 109-128. (Persian)
- Javadipour, M. (2016). Strategies and programs for the development of public sports. *Journal of Youth Studies*, 40, 75-101. (Persian)

- Kalashi, M., & Rajaei, M. (2016). The effects of government and household sports expenditures on the gross domestic product in Iran. *Sport Management Studies*, 17-32. (Persian)
- Kishani, P., & Khosravizadeh, E. (2018). The effect of institutional environment and strategic entrepreneurship on the performance of sports businesses. *Journal of Business Administration Researches*, 12, 292-312. (Persian)
- Kiyan Marz, Y. (2015). Determining the share of economic status of sports industry in the total economy. *Sixth International Conference on Physical Education and Sports Sciences*, Kish. (Persian)
- Kosha, M. (2017). Analysis of the gap in Iran's sports industry from the perspective of hosting major events. *Sport Management Studies*, 10, 15-36. (Persian)
- Kudinova, Y. (2020). Relationship between economy and sports in society. *Innovative Economic Symposium*, Springer.
- Leeds, M. A. (2018). *The economics of sports*, Routledge.
- Litchfield, C. & Osborne., J. (2020). Using developments in sport in Australia to promote cultural competence in higher education courses at CSU. *Teaching Aboriginal Cultural Competence*, Springer, 111-121.
- López-Carril, S. (2020). The rise of social media in sport: A bibliometric analysis. *International journal of innovation and technology management*, 17(6).
- Mandalizadeh, Z., & Honari., H. (2019). A study of factors affecting entrepreneurship in sports as an interdisciplinary field. *Interdisciplinary Studies in Humanities*, 2, 113-136. (Persian)
- Mohammadi, F., & Rezaei, S. M. (2018). Designing the economic development model of Iran's sports industry with a world-class approach, applied. *Research in Sports Management*, 69-84. (Persian)
- Mohammadi, H., & Targari Seraji, M. (2016). Investigating factors affecting the growth of per capita production in different income groups in the world with emphasis on governance indicators. *Journal of Economic Modeling Research*, 8, 109-144. (Persian)
- Movahedi, A. (2022). Sociology of sports. *Journal of Strategic Sociological Studies in Sport*, 1, 1-3. (Persian)
- Movahhed, M. (2017). The effect of sports facilities equipment on advancing the goals and Programs of the Department of Sports and Youth. *The Fourth National Conference on Sports Science and Physical Education of Iran*. (Persian)
- Nargesi, S., & Effati, M. (2017). Investigating the relationship between tourism, economic growth and financial development in Iran (1991-2015). *Journal FED*, 12, 41-67. (Persian)
- Niyazi, P., & Rafee, F. (2022). Presenting a model of sports entrepreneurship with a social capital approach based on the data theory of the foundation. *Journal of Strategic Sociological Studies in Sport*, 2(1). (Persian)
- Pitts, B. G. (2020). Technology and sport marketing. *Managing Sport Across Borders*, Routledge, 127-146.
- Prasetyo, P. E., & Kistanti, N. (2020). Human capital, institutional economics and entrepreneurship as a driver for quality & sustainable economic growth. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(4), 25-75.
- Rabiee, M. (2010). The role of research and development in the economic development of the country. *Scholarly Journal Management Protal*, 32-40. (Persian)
- Raghathi, A., & Aghaei, N. (2019). Strategies and consequences of the development of professional sports in Iran. *Strategic Studies on Youth and Sports*, 6-26. (Persian)
- Raisi Estabarq, M. (2015). A Study of the Role of Management in the Economic Development of the Country. *The First International Conference on Accounting and Management in the Third Millennium*. (Persian)
- Rostamzadeh, P., Asari, A., & Yarari, K. (2013). The effect of government investment in sports on economic growth in Iran. *Quarterly Journal of Economic Research*, 177-210. (Persian)
- Saeidi, K., Khabiri, K., & Aslankhani, M. (2018). Sociological analysis of new approaches of Olympic sports in the development of international peace and friendship. *Strategic Studies on Youth and Sports*, 217-238. (Persian)

- Sajjadi Jaghargh, S. A. (2014). The role of social media in marketing and the impact on organizational structure. *Media Studies*, 10, 127-143. (Persian)
- Saniei, S. (2015). Explaining the concept of economic and political corruption in a development-oriented society. *International Conference on Innovation and Research in Humanities*. (Persian)
- Scelles, N. (2021). Do the peculiar economics of professional team sports apply to esports? Sequential snowballing literature reviews and implications. *Economies*, 9(1), 31.
- Sedigh, S., Hemattinejad, M., Shafiei, S., & Gholizadeh, M. (2019). Providing a framework for the strategic analysis of stakeholders' participation in the development of the country's sports industry. *Human Resource Management in Sport Journal*, 333-349. (Persian)
- Shadivand, A., & Mehdipour, A. (2018). Comparison of factors affecting the special value of domestic and foreign brands. *Sport Physiology and Management Investigations*. (Persian)
- Shariati, M. (2016). Structural modeling of diplomacy components in the development of international relations of the Islamic Republic of Iran. *New Trends in Sport Management*, 2: 89-104. (Persian)
- Sharifi, H. (2021). Investigating the key mechanism for the development of the sports industry and its economic and social effects in the society. *Journal of Modern Approaches in Islamic Studies*, 201-228. (Persian)
- Spaaij, R., & Westerbeek, H. (2013). Sport business and social capital: a contradiction in terms? *Global Sport Business*, Routledge: 74-91.
- Sufizadeh, L. (2017). Investigating the share of sports in Iran's economic growth and employment anpresenting an optimal model. (Persian)
- Tajeriyan, A. (2015). The role of media in economic development. International Conference on Culture and Economic Development. (Persian).
- Wikner, J., & Bäckstrand, J. (2018). Triadic perspective on customization and supplier interaction in customer-driven manufacturing. *Production & Manufacturing Research*, 6(1), 3-25.