

طراحی مدل کیفی توسعه اقتصادی صنعت ورزش ایران با رویکرد تولید در کلاس جهانی

فروغ محمدی^۱، معصومه کلاته سیفوری^{۲*}، سید محمد حسین رضوی^۳، حسن فارسجانی^۴

۱- دکتری مدیریت بازاریابی و رسانه های ورزشی دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

۲- دانشیار مدیریت ورزشی دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

۳- استاد مدیریت ورزشی دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

۴- دانشیار مدیریت صنعتی دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.

تاریخ دریافت: (۹۷/۰۳/۲۹) تاریخ پذیرش: (۹۷/۰۹/۲۱)

Impact Designing a Qualitative Model for Economic Development of Iran's Sports Industry With World-Class Manufacturing Approach

Forough Mohammadi¹, Masoumeh Kalateh Seifari^{2*}, Seyed Mohammad Hossein Razavi³, Hassan Farsijani⁴

1-Ph.D of Marketing and Sports Media Management, Mazandaran University, Babolsar, Iran.

2- Associate Professor of Sports Management, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.

3- Professor of Sports Management, Mazandaran of University, Babolsar, Iran.

4- Associate Professor of Industrial Management, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.

Received: (19 June 2018)

Accepted: (12 Desember 2018)

Abstract

Organizations need to respond more quickly to changing needs, in order to improve their competitive advantage and to operate in global markets. This accountability is possible through global production management. Therefore, the purpose of this study was to develop an economic development model for Iran's sports industry with a world class approach to production. Selected samples in this study were experts, economists and faculty members (sports marketing, industrial management), which were selected in a targeted manner. After over 15 hours of in-depth interviews with 15 selected samples, theoretical saturation was obtained and interviews were implemented. Based on the results of analysis of field interviews in the Nvivo 10 environment, the mentioned qualitative model was obtained with 85 concepts and 17 axial codes and 4 selective codes. The results of the present research show that there is an economic development of the sports industry and its factors (institutional development, structure and ownership, media development, scientific and research development, development of supporters and income from them, human resource development, infrastructure development, legal and legal development, development Existing firms, developers, and developers of social networks) have a causal relationship with world class factors of production (quality, innovation, cost, time, flexibility) and factors of service in the world class (sales and after sales). Development of the world-class sports industry.

Keywords

Economic Development, Sports Industry, World Class Manufacturing

چکیده

سازمان ها با منظور بهبود مزیت رقابتی خود و فعالیت در بازارهای جهانی، ناگزیرند تا با نیازهای در حال تغییر به سرعت بیشتر پاسخ دهند. این پاسخگویی از طریق مدیریت تولید در کلاس جهانی امکان پذیر است. لذا هدف پژوهش حاضر تدوین مدل توسعه اقتصادی صنعت ورزش ایران با رویکرد تولید در کلاس جهانی بود. نمونه های برگزیده در پژوهش حاضر، متخصصان، اقتصاد دانان و اعضاء هیات علمی (بازاریابی ورزشی، مدیریت صنعتی) بودند، که به شیوه هدفمند انتخاب شدند. پس از انجام بیش از ۱۵ ساعت مصاحبه عمیق با ۱۵ نفر از نمونه های منتخب، اشباع نظری به دست آمد و مصاحبه ها پیاده سازی شدند. با استناد به نتایج تحلیل مصاحبه های میدانی در محیط Nvivo 10؛ مدل کیفی مذکور با ۸۵ مفهوم و ۱۷ کد محوری و ۴ کد گزینشی بدست آمد. نتایج تحقیق حاضر نشان می دهد بین توسعه اقتصادی صنعت ورزش و عوامل آن (توسعه نهادی، ساختار و مالکیت، توسعه رسانه ای، توسعه علمی- پژوهشی، توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن، توسعه نیروی انسانی، توسعه امکانات و زیرساخت، توسعه حقوقی و قانونی، توسعه بنگاههای صادرات، توسعه وگسترش شبکه های اجتماعی) با عوامل تولید در کلاس جهانی (کیفیت، نوآوری، هزینه، زمان، انعطاف پذیری) و عوامل خدمت در کلاس جهانی (فروش و پس از فروش) رابطه علی و اثر گذار وجود دارد که می تواند باعث توسعه صنعت ورزش در کلاس جهانی شود.

کلید واژه‌ها

توسعه اقتصادی، صنعت ورزش، تولید در کلاس جهانی

*Corresponding Author: Masoumeh Kalateh seifari

E-mail: Mkalateh@umz.ac.ir

* نویسنده مسئول: معصومه کلاته سیفوری

مقدمه

در ارتقاء ارزش افزوده نقش داشته باشند (پیتز و استاتلر، ۱۹۹۶).

پیتز، فیلدینگ و مایلر اجزای صنعت ورزش را بر اساس انواع محصولات و مشتریان به سه بخش عملکرد، تولیدات و توسعه ورزشی تقسیم نموده اند: عملکرد ورزشی در بر گیرنده امور مربوط به شرکت کنندگان و تماشاگران ورزشی است. بخش تولیدات ورزشی، کلیه کالاها و خدمات مورد نیاز جهت ایجاد و یا تسهیل بخش عملکرد ورزشی را فراهم می کند. بخش توسعه ورزشی، به کالاها و خدماتی که به پیشبرد تولیدات و عملکرد ورزشی یاری می رسانند، اطلاق می شود (پیتز، فیلدینگ و مایلر، ۱۹۹۷).

در قرن حاضر به هیچ وجه نمی توان از اهمیت اقتصادی و آثار مستقیم و غیرمستقیم ورزش و تفریحات سالم در توسعه جوامع مختلف چشم پوشی کرد. دانش و اطلاعات حاصل از بررسی آثار اقتصادی این صنعت مهمترین ابزار تصمیم گیری ها و سیاست گذاری های صحیح اقتصادی هر کشور در این بخش محسوب می شود (قالیباف، ۱۳۸۹).

به عبارتی دیگر ورزش با ایجاد مکانیسم های مؤثر به طور مستقیم و غیرمستقیم بر اقتصاد تأثیر گذاشته که این تأثیرات شامل موارد زیر می باشد:

- ورزش باعث افزایش سطح سلامت و تندرستی در میان افراد جامعه میشود و افزایش سطح سلامت با تأثیر بر سرمایه انسانی و نیز سرمایه اجتماعی، سبب افزایش سطح بهره وری اقتصادی در بخشهای تولیدی و خدماتی می گردد.
- گسترش ورزش سبب افزایش سطح سلامت شده و هزینه های بهداشتی، درمانی و هزینه های جانبی آن را در جامعه کاهش می دهد.
- افزایش چشمگیر شاغلان در بخش ورزش که بر روند جاری اقتصاد حاکم بر کشورها، بخصوص کشورهای پیشرفته تأثیر گذاشته و از حجم بیکاران در حال افزایش کاسته است.
- از ورزش به عنوان ابزاری مؤثر برای بازاریابی و فروش کالاها و ورزشی و غیر ورزشی استفاده می شود.
- سرمایه های پولی و مالی به بازارهای داخلی از طریق برگزاری مسابقات ورزشی در سطح ملی، منطقه‌ای و بین المللی وارد می شود (ساندرسون، ۲۰۰۰).
- از دیگر فواید اقتصادی مستقیم ورزش، تأثیر این صنعت بر مبادلات خارجی کشورهاست که موجب شده سهم این صنعت

مشکلات اقتصادی به ویژه در بخش تولید و درآمد از جمله مسائل مهمی است که انسان همواره با آن روبرو است و ثمره هر نظام اقتصادی، تولید و به تبع آن مصارف کالاها و خدماتی است که به عنوان متداول ترین شاخص ارزیابی اقتصادی یک جامعه به شمار می رود (ویکندر و باسکستراند، ۲۰۱۸). از آنجایی که فقر و غنای هر کشوری به توان تولید سرانه نظام های اقتصادی در بخش های مختلف آن وابسته است. لذا تولید بیشتر، امکان سرمایه گذاری و ظرفیت سازی اقتصادی را در آینده فراهم می نماید و در نهایت زندگی مادی، اجتماعی و فرهنگی بهتر را برای نسل آینده فراهم می سازد (پریز و همکاران، ۲۰۱۸).

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 مختلف نقش اساسی دارد. همان گونه که ورزش در توسعه ی انسانی نقش اساسی برعهده دارد در توسعه ی اقتصادی نیز منشاء اثر است، پتانسیل اقتصادی ورزش به واسطه ی کارکرد اقتصادی آن برجسته می شود. کارکرد اقتصادی ورزش از فعالیتهایی نظیر: تولید کالاهای ورزشی، رویدادهای ورزشی، ارائه خدمات ورزشی و رسانه ها و ورزش ناشی می گردد. به عنوان مثال در کشور انگلستان ارزش افزوده ی فعالیتهای ورزشی در حدود ۱/۷ درصد از تولید ناخالص ملی را تشکیل می دهد که این سهم از درآمدهای حاصل از ورزش با درآمدهای حاصل از صنعت خودرو و صنایع غذایی قابل مقایسه است. علاوه بر اینکه ورزش به عنوان یک نیروی اقتصادی منشاء اثر است به عنوان یک کاتالیست و عامل شتاب دهنده بالقوه برای توسعه ی اقتصادی نیز در نظر گرفته می شود (افشاری، ۱۳۹۴).

مولین^۳ (۱۹۸۳) برای اولین بار از ورزش به عنوان یک صنعت یاد کرد. او اشاره می کند هرگونه فعالیت ورزشی حرفه ای و غیر حرفه ای که موجبات افزایش ارزش افزوده کالاها و خدمات ورزشی را فراهم آورد، صنعت ورزش محسوب می شود. همچنین پیتز و استاتلر^۴ (۱۹۹۶) در رابطه با تعریف صنعت ورزش بر بازارهای مرتبط با ورزش، آمادگی و تفریحات سالم تأکید دارند. در کل، صنعت ورزش به مجموعه فعالیتهای مرتبط با تولید و بازاریابی کالاها و خدمات ورزشی گفته می شود که

1 Wikner & Backstrand

2 Perez et al

3 Mullin

4 Pitts & Stattler

5 Pitts & Miller & Fielding

6 Sanderson

اساسی است: کالا در کلاس جهانی و خدمات در کلاس جهانی (فارس‌یجانی و دستک، ۲۰۱۶).

درواقع جهانی شدن ورزش که از سال ۱۹۸۰ آغاز شد، موجب تغییر نقش ورزش در جامعه و فرصت درآمدزایی بسیاری را برای افراد، موسسات و رسانه های مختلف ایجاد کرد. عسکریان (۱۳۸۳) در رساله دکتری خود با عنوان "بررسی وضعیت اقتصادی صنعت ورزش ایران در سالهای ۱۳۷۷ و ۱۳۸۰ با تکیه بر تخمین GDP، صنعت ورزش را در کشور ایران برای سالهای ۱۳۷۷ و ۱۳۸۰ مورد بررسی قرار داده و تولید ناخالص داخلی ورزش (GDP) را برای سالهای مذکور به دست آورده است. در واقع در این رساله، از روش مصرف، برای تخمین GDP استفاده شده است و سهم ورزش از GDP، ۰/۳۹ درصد برآورد شده است که در مقایسه با کشورهای دیگر جهان، خیلی پایین می باشد.

معماری (۱۳۸۶) در رساله دکتری خود به مدل سازی آمیخته بازاریابی صنعت ورزش کشور با رویکرد تصمیم محور پرداخت. با استفاده از نتایج این تحلیل، و با روش تحلیل مسیری، آمیخته بازاریابی صنعت ورزش کشور مدل سازی شد. نتایج نشان داد که هشت عامل در تبیین آمیخته بازاریابی صنعت ورزش کشور نقش دارند که از میان این هشت عامل، مدیریت عامل های قدرت های حاکم بر بازار، حمایت مالی، مدیریت قیمت گذاری و مدیریت ترویج و متغیرهای تبیین کننده هر یک از عوامل چهارگانه فوق، به عنوان متغیرهای مستقل برای دستکاری مدیران، دو عامل مدیریت فرآیند و مدیریت روابط عمومی و متغیرهای تبیین کننده هر یک به عنوان متغیرهای واسط و دو عامل مدیریت نشان و مدیریت مکان به عنوان متغیرهای پاسخ در مدل شناسایی شدند. در این مدل عامل مدیریت نشان به جای مدیریت محصول به عنوان متغیر پاسخ شناسایی شد.

صوفی و شعبانی (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان تاثیر رسانه های جمعی بر تامین منابع مالی در ورزش از دیدگاه حامیان ورزشی بخش خصوصی، حامیان مالی در بخش دولتی، هیئت های ورزشی استان مرکزی، کارکنان ادارات کل ورزش و جوانان استان مرکزی و اعضای هیئت علمی دانشگاه های استان مرکزی به این نتایج دست یافتند که در کشور ما نقش رسانه های جمعی در تامین منابع مالی، شیوه بازاریابی و رشد صنعت ورزش در رتبه های میانی قرار دارد، که لزوم تجدید نظر در شیوه های بازاریابی و تامین منابع مالی توسط رسانه های گروهی و اصلاحات قانون حق پخش تلویزیونی ضروری به نظر می رسد (صوفی و شعبانی، ۱۳۹۳).

از تجارت جهانی را به ۲/۵ درصد برساند. اقتصاد روبه رشد کشورهایمانند آمریکا شرایط بسیارخوبی را برای صنعت و تجارت ورزشی ایجاد کرده است. هرچند واردات و صادرات کالاهای ورزشی سهم ناچیز ۰/۴ تا ۰/۲ درصد از GDP کشورها را به خود اختصاص می دهد، با این حال میزان مبادلات بین المللی کالاهای ورزشی هر کشور با میزان توسعه ورزش و صنعت آن کشور تناسب دارد. مطالعات انجام شده در سال ۱۹۹۰ حاکی از آن است که بزرگترین بازار تجهیزات ورزشی جهان با ۳۷/۵۳۷ میلیارد دلار مختص کشور آمریکا است. همچنین ارزش جهانی تجهیزات ورزشی در سال ۱۹۹۷ حدود ۹۰ میلیارد دلار تخمین زده شده است که نسبت به سال ۱۹۹۶ حدود ۵ درصد رشد داشته است. این در حالی است که ۱۰ کشور پیشرفته بیش از ۸۰ درصد بازار جهانی و ۷۵ درصد تجارت بین المللی این صنعت را از آن خود کرده اند: آمریکا ۳۰ درصد، اروپا ۳۳ درصد، ژاپن ۲۲ درصد و کانادا ۳ درصد بازار تجهیزات ورزشی را دارا هستند و تنها ۱۲ درصد مابقی مربوط به دیگر کشورهاست (آندروف و همکاران، ۱۳۸۰). بی تردید تنها راه موفقیت شرکتها در عرضه تجارت بین المللی این است که سازمانها تبدیل به سازمانهای کلاس جهانی شوند. شون برگر اولین کسی بود که در سال ۱۹۸۲ ازواژه تولید در کلاس جهانی استفاده نمود و این نشان از نو بودن این مفهوم دارد و در سال ۱۹۸۶ بحث خود را تحت عنوان درس هایی از ساده سازی ارائه کرد، شون برگر به شکل جالبی تولید در کلاس جهانی را به شعار بازی های المپیک یعنی "سریعتر" و بالاتر و قویتر تشبیه نمود. معادل آن در کلاس جهانی، بهبود مستمر و سریع است (سید حسینی و سلوکار، ۱۳۸۶). به بیانی دیگر مدیریت در کلاس جهانی که از آن به عنوان انقلاب صنعتی مدیریتی قرن بیست و یکم نام می برند، نگرش جهانی نسبت به بازار و روابط با مشتریان در تولید و ساخت محصولات است، تولید در کلاس جهانی، زمانی رخ خواهد داد که سازمان ها شاخص های زیر را به طور همزمان داشته باشند (ساندپ، ۲۰۱۶).

کیفیت برتر یا حداقل مساوی بهترین رقیب، هزینه کمتر یا حداقل مساوی بهترین رقیب، زمان انتظار کمتر یا حداقل مساوی بهترین رقیب، خدمات فروش بیشتر یا حداقل مساوی بهترین رقیب و خدمات بعد از فروش بیشتر یا حداقل مساوی بهترین رقیب به طور کلی مدیریت کلاس جهانی دارای دو بعد

نموده و با رفع مشکلات و موانع تولید راه را برای یک اقتصاد پویا هموار نمایند (شریفیان و همکاران، ۱۳۹۵).

غلامی و همکاران (۱۳۹۶). در پژوهشی با عنوان بررسی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری بنگاه‌های کوچک و متوسط در صنعت ورزش کشور به صورت میدانی و از دیدگاه ۳۵ استاد دانشگاهی با مدرک دکتری مدیریت ورزشی، تعداد ۴۸ کارآفرین منتخب در حوزه ورزش به عنوان به این نتایج دست یافتند که توسعه بنگاه‌های صادرات در صنعت تولیدی ورزش کشور تأثیر گذار است و عوامل تکنولوژی با تأثیر ۰/۴۵۹ بیشترین تأثیر بر شکل‌گیری از بنگاه‌های کوچک و متوسط در صنعت ورزش کشور را دارا بود. یافته‌های این پژوهش نشان داد که عوامل تکنولوژی در توفیق و شکل‌گیری کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی تأکید داشتند.

خداداد کاشی و کریم نیا (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر عامل‌های اقتصادی و اجتماعی بر موفقیت ورزشی کشورها در بازی‌های المپیک (۲۰۱۲-۱۹۹۶) به این نتایج دست یافتند که موفقیت ورزشی کشورها در مسابقات بین‌المللی متأثر از عوامل مختلفی است. شناخت عوامل مؤثر در موفقیت ورزشی می‌تواند در امر تدوین برنامه‌های ورزشی در جهت توسعه نیروی انسانی با نگاه به عوامل اقتصادی و اجتماعی موثر باشد. برای تحقق این هدف از عملکرد همه کشورهای شرکت‌کننده در بازی‌های المپیک در کسب مدال‌های طلا، نقره و برنز برای پنج دوره در طی سال‌های ۲۰۱۲-۱۹۹۶ استفاده شده است. نتایج این پژوهش نشان داد که شاخص توسعه‌ی انسانی مؤثرترین عامل بر افزایش احتمال موفقیت ورزشی و توسعه اقتصادی کشورها در بازی‌های المپیک بوده است.

نگین تاجی و همکاران (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان شناسایی و اولویت‌بندی، عوامل کلیدی موفقیت بنگاه‌های اقتصادی کوچک و بزرگ جهت دستیابی به کلاس جهانی با رویکرد CFA/FUZZY AHP: مورد مطالعه: شرکت‌های کوچک و متوسط شهر شیراز با بررسی کلیات و چارچوب کلی به تعیین و اولویت‌بندی پرداخته‌اند. بر اساس ادبیات تحقیق ۷ سازه رهبری، مدیریت تغییر، مدیریت روابط مشتری، استراتژی تولید، سیستم‌های تولید انعطاف‌پذیر، تولید سبز، مدیریت کیفیت، ساختار سازمانی، بهره‌ور، شناسایی شد که با اولویت‌بندی ابعاد (۲۸ بعد)، آنها با رویکرد CFA/FUZZY AHP عامل خدمات و پشتیبانی و تقسیم‌بندی مشتریان در رتبه اول اولویت‌ها می‌باشد و همچنین مأموریت و استراتژی و چشم‌انداز روشن به ترتیب اولویت‌های بعدی را به خود اختصاص داده‌اند (نگین تاجی و همکاران، ۱۳۹۶).

افشاری و همکاران (۱۳۹۴) در رساله دکتری خود با عنوان تحلیل علی اثر گذاری مدیریت فرانو گرا، اقتصاد مقاومتی و توسعه ورزشی در توسعه اقتصادی صنعت ورزش ایران که جامعه تحقیق شامل ۱۶۰ نفر از افراد دارای سابقه مدیریت در سطوح مختلف ورزش کشور، اقتصاد دانان آشنا به مسایل ورزشی، اساتید مدیریت ورزشی دانشگاه‌های کشور، دانشجویان دکترای بازاریابی ورزشی فعالان حوزه اقتصاد ورزش بودند. با استفاده از روش تحقیق آمیخته بر اساس یافته‌های این پژوهش پس از اصلاح مدل روابط علی در برخی فرضیات، تمام ارتباطات متغیرهای تحقیق معنادار و مدل تحقیق مبنی بر اثر گذاری متغیرهای مدیریت فرانو گرا، اقتصاد مقاومتی و توسعه ورزش در توسعه اقتصادی صنعت ورزش ایران دارای برزش لازم بود. با توجه به نتایج تحقیق، لزوم شفاف‌سازی اقتصاد و سالم‌سازی آن جلوگیری از اقدامات و فعالیت‌ها و زمینه‌های فساد را در حوزه‌های پولی در ورزش می‌توان در گسترش و توسعه اقتصادی صنعت ورزش موفق بود (افشاری، ۱۳۹۴).

محمدی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی کیفی با رویکرد نظریه داده‌بنیاد با عنوان تحلیل عاملی نقش سیاسی دولت در اجرای سیاست خصوصی سازی صنعت ورزش در یافتند که تأثیر مؤلفه‌های انسجام سیاسی- اجتماعی، حاکمیت قانون و قدرت دولت بر خصوصی سازی ورزش ایران معنادار بود، ولی مؤلفه مشارکت سیاسی با مقدار $\alpha = 0/128$ معناداری نداشت. مؤلفه، انسجام سیاسی- اجتماعی با ضریب رگرسیون $0/187$ دارای بیشترین تأثیر بود و در مرتبه‌های بعدی حاکمیت قانون، $0/156$ ، قدرت دولت ($0/103$) و مشارکت سیاسی ($0/04$) قرار داشتند.

شریفیان و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیقی با هدف بررسی موانع درون بخشی رقابت‌پذیری کالاهای داخلی در مقایسه با نمونه‌های خارجی در بخش تولیدی صنعت ورزش ایران در سال ۱۳۹۱ از نظر مدیران واحدهای تولیدی ورزشی به این نتایج دست یافتند که بین موانع درون بخشی رقابت‌پذیری با کالاهای خارجی در بخش تولیدی صنعت ورزش ایران اختلاف معنی‌داری وجود دارد. به گونه‌ای که عامل سرمایه ($x=3/78$) بیشترین مانع قلمداد و عامل کیفیت ($x=3/44$) کمترین میانگین را به خود اختصاص داد. مقایسه زوجی متغیرها نیز تأیید کننده این تفاوت‌ها بود. با توجه به موانع موجود بر سر راه تولید لازم است که سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیرندگان کلان کشور با همراهی بخش خصوصی، بسترهای لازم را در جهت بهبود فرایند تولید و سرمایه‌گذاری فراهم

بالدوین^{۱۰} (۲۰۱۵) در کتاب تفکر کلاس جهانی به ما نشان می‌دهد که چگونه محدودیت‌های اعمال خودمان ممکن است باعث کاهش فرصت‌ها در تمام زمینه‌های زندگی ما شود. کلاس جهانی تاکید می‌کند چالش‌های سازنده و مسیری را که لازم است از آن عبور کنیم و از تغییرات ذهنی خود در شرایط خود بهره‌مند شویم، فراهم می‌کند و ما را به گزینه‌ها و جایگزینی‌هایی که قبلاً هرگز مورد توجه قرار نگرفته است، رهنمون می‌سازد. لذا لزوم تفکر در کلاس جهانی را لازمه تغییر و آماده شدن برای دستیابی به کلاس جهانی شناسایی می‌کند با عنوان اینکه کسی با تفکر کلاس جهانی به دنیا نمی‌آید (بالدوین، ۲۰۱۵).

پوتس و توماس^{۱۱} (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان به سوی یک اقتصاد جدید (تکاملی) ورزشی به این نتایج دست یافتند که طبقه بندی جدیدی از ورزش‌های مبتنی بر قوانین و فنون مبتنی بر تکنولوژی است که الگوهای مختلفی از نحوه توسعه ورزش را نشان می‌دهد. در این مقاله برخی از جنبه‌های کلیدی یک دیدگاه تکاملی از تحقیقات اقتصادی ورزشی و به طور جداگانه یک دیدگاه نهادی از تحقیقات اقتصادی ورزشی است. نویسندگان چارچوبی تحلیلی را پیشنهاد می‌کنند که ترکیبی از اقتصاد تکاملی و اقتصاد نوین است. این مقاله یک مبنای نظری برای "اقتصاد جدید ورزش" ایجاد می‌کند به عنوان شاخه‌ای از اقتصاد کاربردی سازمان صنعتی و تخصیص بهینه منابع ورزشی و بیشتر به درک منشأ ورزش‌های جدید و دوره‌های تکاملی زندگی ورزشی است که یک رویکرد جدید پویا برای مطالعه صنایع ورزشی مورد نیاز است. نویسندگان معتقدند که صنایع ورزشی و ورزشی دارای ویژگی‌های پویا هستند، اما در مطالعه ورزش، هیچگونه آنالوگ "دینامیک صنعتی" مانند اقتصاد وجود ندارد. آنچه که از دست رفته است، زمینه "دینامیک ورزشی تکاملی" است. برای ساختن این، نویسندگان یک رویکرد تکاملی جدید را برای مطالعه اقتصاد ورزش و صنایع ورزشی، با بررسی تکامل ورزش، صنایع آنها و اکوسیستم‌های صنعتی پیچیده آنها از طریق ذره بین‌های اقتصاد نهادی و تکاملی عمل می‌کنند.

پترو و همکاران^{۱۲} (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان اندازه‌گیری عملکرد برای تولید در سطح جهانی: یک مدل برای صنعت ایتالیایی خودرو به این نتایج دست یافته‌اند که جهت

چپلت^۸ (۲۰۰۵) در مقاله خود تحت عنوان "ورزش و توسعه اقتصادی بیان می‌کند که در گذشته‌های دور، ورزش به عنوان یک فعالیت اوقات فراغت توسط تعداد زیادی از مردم عادی انجام میشد. در قرن بیستم نیز ورزش به یک پدیده اجتماعی برای توده مردم مبدل شده و در کشورهای صنعتی، ورزش به عنوان یکی از شاخه‌های اقتصادی مطرح شده که ۲ درصد تولید ناخالص داخلی را خود به تنهایی عهده دار است. چالش امروز، این است که ورزش را به عنوان یک فاکتور اقتصادی در کشورهای در حال توسعه مطرح کنیم. مثلاً برای برگزاری مسابقات جام جهانی فوتبال در آفریقای جنوبی، میلیون‌ها دلار هزینه می‌گردد؛ اما درآمد سرشاری که به انحاء مختلف به دست می‌آید، قابل قیاس با هزینه‌ها نیست؛ مثل درآمد سرشاری که از طریق رسانه و پخش تلویزیونی به دست می‌آید یا توریسم کشور که به صورت فعالی راه اندازی می‌شود، چه در مسابقات و چه بعد از آن و مواردی از این قبیل. خلاصه اینکه در دراز مدت، اثرات اقتصادی مثبتی بر روی این کشور خواهد گذاشت (چپلت، ۲۰۰۵).

چارینی و واگنون^۹ (۲۰۱۵) در تحقیقی با عنوان تولید در کلاس جهانی توسط فیات. مقایسه با سیستم تولید تویوتا از مدیریت استراتژیک، حسابداری مدیریت، مدیریت عملیات و بعد اندازه‌گیری عملکرد به این نتایج دست یافتند که سیستم تولید تویوتا (TPS) و تولید مشتق شده، سایه‌ای بر مدل‌های تولید در سطح جهانی (WCM) ایجاد کرده‌اند. با این حال، برخی از گروه‌ها مانند فیات WCM را دوباره معرفی کرده‌اند. WCM فیات به سرعت تبدیل به نوعی جایگزینی برای تولید TPS-lean می‌شود. WCM فیات دارای یک استراتژی بزرگ است که بر کیفیت و صرفه‌جویی در هزینه متمرکز شده است، در حالی که کیفیت باید بدون استثنا با استراتژی‌های دیگر به دست آید. ایمنی بیشتر از همه چیز دنبال می‌شود و WCM فیات بدون این دستاورد اولیه نمی‌تواند اجرا شود. یک سیستم خاص به نام "هزینه استقرار" ضایعات و تلفات را در فرایندها اندازه‌گیری می‌کند. سیستم اندازه‌گیری عملکرد ساختار یافته است و باعث مدیریت روزمره و همچنین مدیریت مبتنی بر کامپیوتر می‌شود. علاوه بر این، سیستم اندازه‌گیری عملکرد براساس فرآیند حسابرسی و ارزیابی پیچیده و رسمی است.

10 Baldwin
11 Potts & Thomas
12 Petrillo et al

8 Chappellet
9 Chiarini & Vagnoni

بنابراین برای حرکت هدفمند، نظام مند و اثربخش در جهت توسعه اقتصادی صنعت ورزش باید پژوهش از این دست با رویکرد کلاس جهانی، راسلوحه تصمیمات این صنعت قرار داد. با در نظر گرفتن موارد مذکور، امید است نتایج پژوهش حاضر بتواند عوامل اثر گذار جهت توسعه اقتصادی صنعت ورزش را با رویکرد کلاس جهانی به خوبی تبیین نموده و بتواند راهکارهایی را به سیاست گذاران و برنامه ریزان کشور در بخش ورزش و اقتصاد ارائه دهد. از این رو محقق در صدد طراحی یک مدل کیفی توسعه اقتصادی صنعت ورزش با رویکرد کلاس جهانی از دیدگاه مدیران کلاس جهانی، اقتصاد دانان، مدیران ورزشی، اعضا هیات علمی بازاریابی ورزشی و مدیریت صنعتی است.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، توسعه ای کاربردی و از نظر روش شناسی در گروه پژوهش‌های کیفی جای می گیرد. در مطالعه حاضر به منظور بررسی جامع نگر موضوع، جامعه آماری پژوهش شامل تعدادی از مصاحبه های این تحقیق با متخصصان، اقتصاد دانان، اعضا هیات علمی حوزه بازاریابی ورزشی، مدیریت صنعتی باگرایش تولید در کلاس جهانی، مدیران حوزه ورزشی به شناسایی عوامل موثر بر توسعه اقتصادی صنعت ورزش با رویکرد کلاس جهانی در توسعه اقتصادی صنعت پرداخته شد. انتخاب آزمودنی‌ها به صورت هدفمند، نظری و گلوله برفی بوده و زمانی که سیستم مقوله‌ها یا به اصطلاح "نظریه" اشباع شود، فرآیند جمع‌آوری اطلاعات متوقف شد. نمونه گیری نظری یک روش نمونه‌گیری غیر تصادفی و هدفدار است که در پژوهش‌های کیفی مورد استفاده قرار می‌گیرد. از آن جا که در پژوهش حاضر اطلاعات از مصاحبه با افراد دارای ویژگی‌های خاص به دست خواهد آمد. نمونه گیری هدفمند به روش گلوله برفی روش مناسبی برای انتخاب مشارکت کنندگان است. هر مصاحبه عمیق به طور میانگین ۳۰ تا ۷۰ دقیقه به طول انجامید. مصاحبه با این سؤال باز که به نظر شما آیا صنعت ورزش ایران در داخل کشور قابلیت رقابت داخلی، منطقه ای، بین المللی، کلاس جهانی را دارد؟ به نظر شما مشکلات خاص در قابلیت رقابتی صنعت ورزش ایران چیست؟ شروع شد.

لازم به ذکر است جهت روایی و پایایی ابزار تحقیق از نظرات صاحب نظران استفاده شد. روایی صوری و محتوایی پرسش های مصاحبه توسط ۵ نفر از متخصصان تایید شد. پژوهش به شیوه نظریه زمینه ای^{۱۴} (داده بنیاد) و بر رهیافت

افزایش رقابت، هر شرکت باید پروسه های تولید خود را مورد بررسی قرار دهد تا به حداقل رساندن هزینه ها و به حداکثر رساندن خدمات مشتری را داشته باشد. بنابراین لازم است بهترین راه را برای به کارگیری اصول بهینه سازی مورد بررسی قرار دهد یکی از روشهای شناخته شده بهینه سازی، تولید جهانی در سطح جهانی است (WCM). این مطالعه یک مطالعه "پایلوت" است که هدف آن بررسی کاربرد WCM در یک شرکت کوچک و متوسط ایتالیایی است که در بخش خودرو فعالیت می کند. بنابراین، هدف تحقیق دوگانه است: اول، ارائه یک مدل برای تعیین عوامل موثر بر WCM بر اساس توانایی های اصلی سازمان ها. ثانيا، پیشنهاد یک سیستم سنجش عملکرد برای ایجاد روابط میان عوامل بحرانی. از این رو، مقاله پژوهشی ترکیبی از چارچوب نظری و کاربرد عملی است. خروجی نهایی یک معیار عملکرد مناسب برای کمک به مدیران در تصمیم گیری است (پترو و همکاران، ۲۰۱۸).

ژانگ و همکاران^{۱۳} (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان صنعت ورزش در اقتصادهای در حال رشد: مسائل و چالش های حیاتی به این نتایج دست یافتند که تشویق پژوهش های علمی به انتقاد از دیدگاه های گسترده ای از بازاریابی و عملیات تجاری در صنعت ورزش اقتصادهای در حال رشد است. بررسی جامع ادبیات روش تحقیق اولیه برای معرفی سوالات بحرانی زیر بود: "چالش های عمده در صنعت ورزش کشورهای در حال توسعه در یک محیط بازار جهانی و چه کاری باید انجام شود". هفت مقاله بر اساس مشارکت نظری و عملی آنها انتخاب شده است. این مسئله ویژه متعهد است تا تحقیقات بیشتری را در مورد کسب و کارهای ورزشی در کشورهای در حال توسعه انجام دهد و در نهایت به پیشبرد نظریه ها و جستجوی راه حل ها کمک کند.

با توجه به آنچه ذکر شد، به نظر می‌رسد بایستی بستر پیشرفت روز افزون صنعت ورزش ایجاد گردد. برخلاف دنیا که از ورزش بعنوان صنعت یاد می کنند و آن را برای پیشبرد اهداف اقتصادی خود استفاده می کنند، در ایران همچنان بعنوان سرگرمی به آن نگرسته می شود. در راستای سند چشم انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴، دست یافتن به جایگاه نخست اقتصادی، علمی و فناوری؛ با تاکید بر جنبش نرم افزاری و تولید علم، به نظر می رسد صنعت ورزش ایران از طریق ایجاد توانمندیها و قابلیت‌های علمی، صنعتی و داشتن تفکر تولید در کلاس جهانی می تواند در دستیابی به چشم انداز کشور ایفای نقش نماید.

ابزاری قدرتمند است که تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی و تحلیل محتوای مصاحبه‌های میدانی را - که در پژوهش حاضر از آنها استفاده شده است، تسهیل می‌کند. بدین ترتیب، پس از پیاده‌سازی مصاحبه‌ها، هریک در قالب فایل جداگانه‌ای در نرم‌افزار Word تایپ شد. با فراخوانی فایل‌ها در محیط نرم‌افزار، کدگذاری مصاحبه‌ها انجام شد. سپس، کدهای تولیدشده در گام قبلی، به روشی جدید و با هدف ایجاد ارتباط میان کدها بازنویسی شدند و گروه‌ها و کدگذاری‌های گزینشی ایجاد شد. پس از تکمیل فرایند کدگذاری، تمام استدلال‌های مطرح‌شده در مطالعات مرتبط استخراج شدند (عظمی و سلفی، ۲۰۱۲، ۳).

در نهایت با ایجاد رابطه میان کدها، مدل توسعه اقتصادی صنعت ورزش با رویکرد کلاس جهانی در نرم‌افزار ترسیم شد. جهت ممیزی تحقیق کیفی حاضر (معادل روایی و پایایی تحقیق کمی) فعالیت‌های زیر صورت گرفت:

همچنین بر اساس معیارهای ارائه‌شده توسط کرسول و میلر، ۲۰۰۰، برای حصول از اطمینان از اعتماد‌پذیری و انتقال‌پذیری (روایی) پژوهش اقدامات زیر انجام شد:

تطبیق توسط اعضا: چهار نفر از مدیران مرتبط با صنعت ورزش و تولید در کلاس جهانی مرحله نخست فرایند تحلیل و مقوله‌های بدست‌آمده را بازبینی کردند.

مشارکتی بودن پژوهش به‌طور هم‌زمان از مشارکت‌کنندگان در تحلیل و تفسیر داده‌ها کمک گرفته شد.

جهت تایید اتکاپذیری (پایایی) پژوهش از روش‌های زیر بهره‌گرفته شد:

کدگذاری مجدد توسط خود محقق: پس از سی روز از کدگذاری هر مصاحبه، محقق مجدداً جهت کدگذاری داده‌ها اقدام نمود.

استفاده از نرم‌افزارهای تحلیل کیفی: کرسول یکی از راه‌های رسیدن به پایایی در پژوهش کیفی را استفاده از نرم‌افزارهای تحلیل داده‌های کیفی می‌داند که بدین منظور پژوهشگر از نرم‌افزار **Nvivo10** استفاده شد.

کدگذاری مجدد توسط محقق دیگر: ۱۰ درصد از کلیه کدگذاری‌های انجام‌شده در اختیار پژوهشگر دیگر قرار گرفت که میزان توافق کدگذاری در حد قابل قبولی بود، که نشانی دیگر از قابل اتکا بودن مدل پژوهش است (کرسول و میلر، ۲۰۰۰).

طرح‌های پژوهشی شیوه‌ی نخواستار انجام شد که به وسیله آن با استفاده از یک دسته‌داده‌ها، نظریه‌ای تکوین می‌یابد. نظریه حاصل از اجرای چنین روش پژوهشی، نظریه‌ای فرآیندی است. روش داده‌بنیاد روشی ایده‌آل برای پژوهش در حوزه‌هایی است که دانش اندکی درباره آن‌ها در دسترس است (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۷). روش داده‌بنیاد روش مناسبی است که می‌تواند به عنوان منبعی ارزشمند برای جمع‌آوری اطلاعاتی عمیق در مرحله کیفی و جهت‌دهی پژوهش در مرحله کمی مورد استفاده قرار گیرد (فلیک، ۱۵، ترجمه جلیلی، ۱۳۸۷). هرچند در پژوهش داده‌بنیاد تاکید چندانی بر مرور ادبیات پژوهشی در مرحله آغازین نیست، اما به منظور تهیه طرح اولیه^{۱۶} پژوهشی می‌توان از پرسش‌های آغازین برگرفته از ادبیات پژوهشی بهره برد تا خوانندگان بدانند در پژوهش چه چیز مورد بررسی قرار می‌گیرد (استراوس و کوربین، ۱۷، ۱۳۹۱).

مراحل تحلیل داده‌ها از طریق کدگذاری باز^{۱۸}، کدگذاری محوری^{۱۹} و کدگذاری گزینشی^{۲۰} بود (گلیزر^{۲۱}، ۲۰۰۱). محبوبیت این روش عمدتاً به دلیل دستورالعمل‌های روشن آن است. کدگذاری باز فرآیندی تحلیلی است که به وسیله آن مفهومی‌ها شناسایی شده و ویژگی‌ها و ابعاد آن‌ها در داده‌ها کشف می‌شوند. کدگذاری محوری فرایند مرتبط کردن مقوله‌های فرعی است. در کدگذاری گزینشی نیز یکپارچه کردن و پالایش نظریه صورت می‌گیرد. هدف از جمع‌آوری داده‌های کیفی در این مطالعه کشف سازه‌ها و مقوله‌ها در مورد توسعه اقتصادی صنعت ورزش با رویکرد کلاس جهانی است.

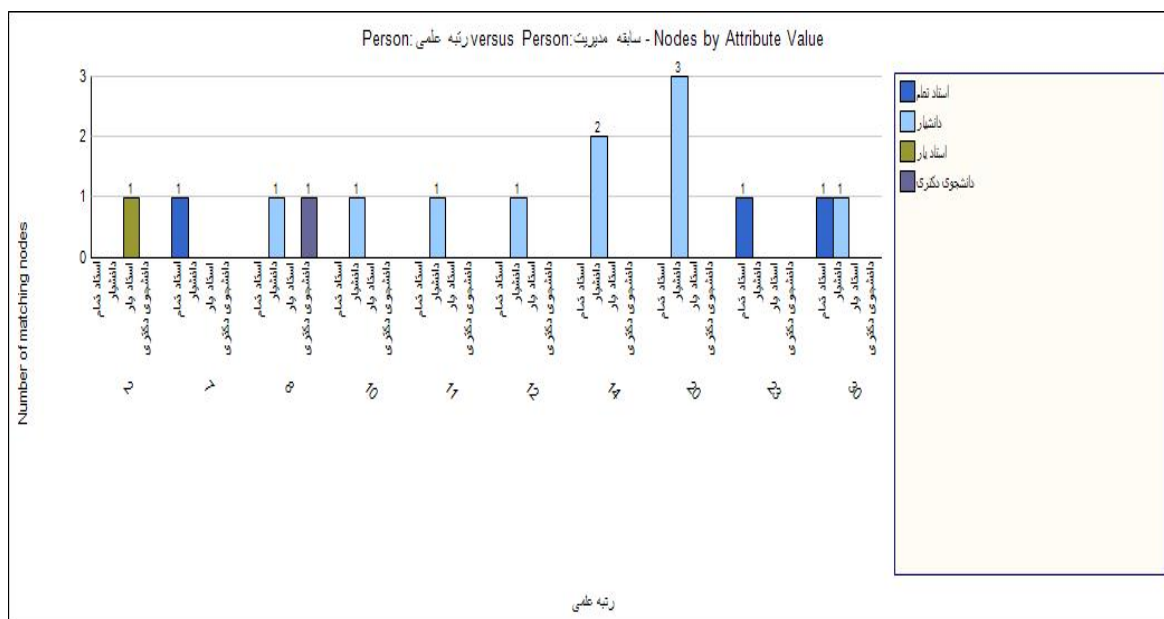
لذا پس از انجام پانزده مصاحبه به طول بیش از ۱۵ ساعت، اشباع تئوریک به دست آمد و فرایند جمع‌آوری داده‌ها خاتمه یافت، بدین معنا که از مصاحبه‌های بعدی اطلاعات جدیدی حاصل نشد. به دلیل حجم بالای داده‌ها در پژوهش‌های کیفی و تحلیل زمان بر آنها، بهتر است از نرم‌افزارهای کیفی استفاده شود (موریس و ریچارد^{۲۲}، ۲۰۱۲). نرم‌افزارهای رایانه‌ای، پایایی و دقت فرایند کدگذاری را در تحلیل محتوا افزایش می‌دهند. NVivo10

15 fliik
16 proposal
17 Strauss and Corbin
18 open coding
19 axial coding
20 selective coding
21 Glaser
22 Morse & Richard

یافته‌ها

دانشیار، ۳ نفر استاد، ۱ نفر استادیار و ۱ نفر دانشجوی دکتری بود. بالاترین فراوانی مربوط به مصاحبه شوندگان با رتبه علمی دانشیار با سابقه ۲۰ سال می‌باشد.

در نمودار ۱ فراوانی مصاحبه شوندگان به تفکیک رتبه علمی، سابقه مدیریت هریک از آنها نشان داده شده است. با استناد به خروجی سه بعدی نرم افزار، ۱۰ نفر از نمونه‌های مطالعه شده



نمودار ۱. فراوانی‌های گدهای مصاحبه شوندگان، به تفکیک رتبه علمی و سابقه مدیریت

هسته (اصلی) به طور منظم و ارتباط دادن آن با سایر مقوله‌ها، اعتبار بخشیدن به روابط و پر کردن جاهای خالی با مقوله‌هایی که نیاز به گسترش و اصلاح دارند. بنابراین ۴ کد انتخابی نهایی تعیین شد و روابط بین آن‌ها در قالب مدل نهایی تعیین شد (توسعه اقتصادی صنعت ورزش، صنعت در کلاس جهانی، تولید در کلاس جهانی، خدمت در کلاس جهانی).

در جدول ۲، منظور از منبع^{۲۵} Source، تعداد کل مصاحبه شونده‌هایی است که به مفهوم مورد نظر اشاره کردند و تعداد ارجاعات^{۲۶}، تکرار دفعاتی است که هر مفهوم از سوی مصاحبه شونده‌ها مورد تأکید قرار گرفت. براساس یافته‌های جدول ۲، درکد‌گزینی توسعه اقتصادی صنعت ورزش طبقه توسعه رسانه ای بالاترین فراوانی و تعداد ارجاعات را به خود اختصاص داده (به ترتیب ۱۴ و ۱۹) که گویای اهمیت این چالش است. در کد‌گزینی تولید در کلاس جهانی طبقه حداقل هزینه بالاترین فراوانی و تعداد ارجاعات را به خود اختصاص داده (به ترتیب ۱۵ و

در طی تحلیل، چندین بار متن پیاده شده مصاحبه‌ها برای یافتن مدلی جدید یا اصلاح مدل اولیه مورد بازنگری قرار گرفت. مراحل کدگذاری به صورت زیر ادامه یافت و گزارش کامل و خروجی نرم‌افزار در جدول (۲) به تفکیک بیان شده است.

کدهای باز: در ابتدا پس از انجام کدگذاری داده‌ها، ۳۱۱ کد اولیه از عبارات معنایی استخراج گردید که پس از بررسی و پایش مجدد کدهای اولیه، در نهایت ۸۵ مفهوم مستخرج گردید.

کدگذاری محوری: عبارتست از سلسله رویه‌هایی که پس از کدگذاری باز انجام می‌شود تا با برقراری پیوند بین مقولات، اطلاعات را به شیوه‌ای جدید با هم مرتبط سازد. بدین منظور مقولات در قالب ۱۷ کد محوری قرار گرفتند. (توسعه نهادی، ساختار و مالکیت، توسعه رسانه‌ای، توسعه علمی - پژوهشی، توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن، توسعه نیروی انسانی، توسعه امکانات و زیرساخت، توسعه حقوقی و قانونی، توسعه بنگاه‌های صادرات، توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی، نوآوری، انعطاف‌پذیری، حداقل زمان، حداقل هزینه، کیفیت، خدمات پس از فروش، خدمات فروش).

کدگذاری انتخابی: عبارتست از روند انتخاب مقوله‌ی

25 Sources

26 References

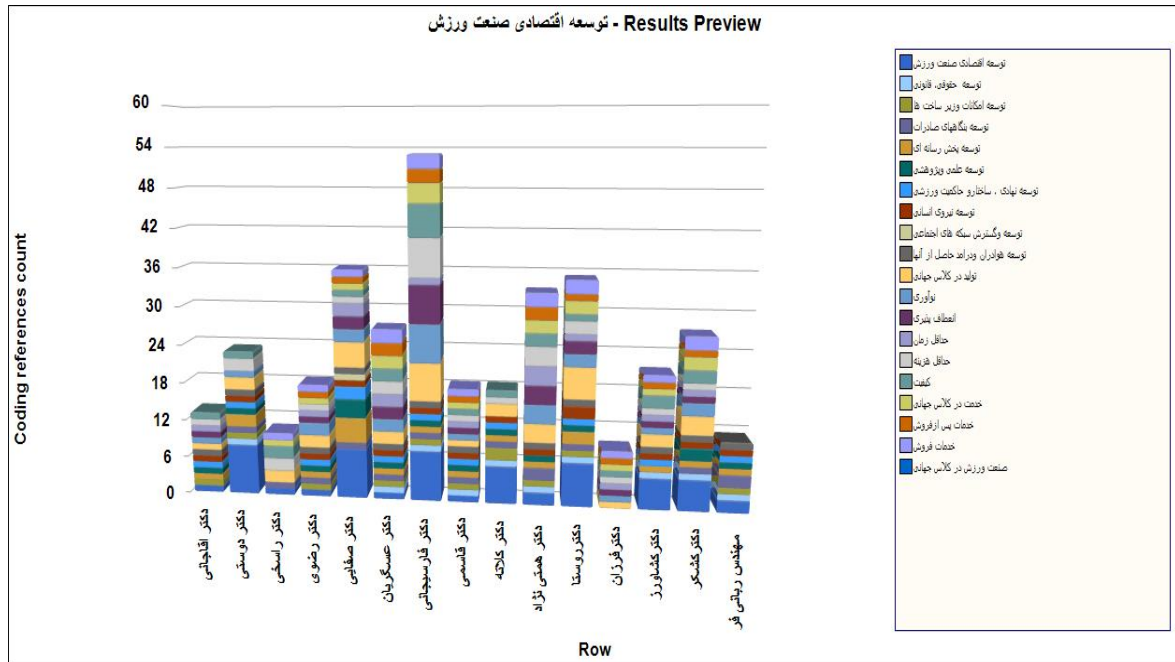
۲۹) است. یعنی مفهوم کاهش هزینه در تولیدات ورزشی از سوی ۱۵ نفر از مصاحبه شونده ها، ۲۹ بار مورد اشاره قرار گرفت. در کد گزینشی خدمت در کلاس جهانی طبقه خدمات فروش بالاترین فراوانی و تعداد ارجاعات را به خود اختصاص داده (به ترتیب ۱۲ و ۱۷) است. یعنی مفهوم خدمات فروش در تولیدات ورزشی از سوی ۱۲ نفر از مصاحبه شونده ها، ۱۷ بار مورد اشاره قرار گرفت.

جدول ۲. تحلیل ادراکی کدهای استخراج شده از مصاحبه ها

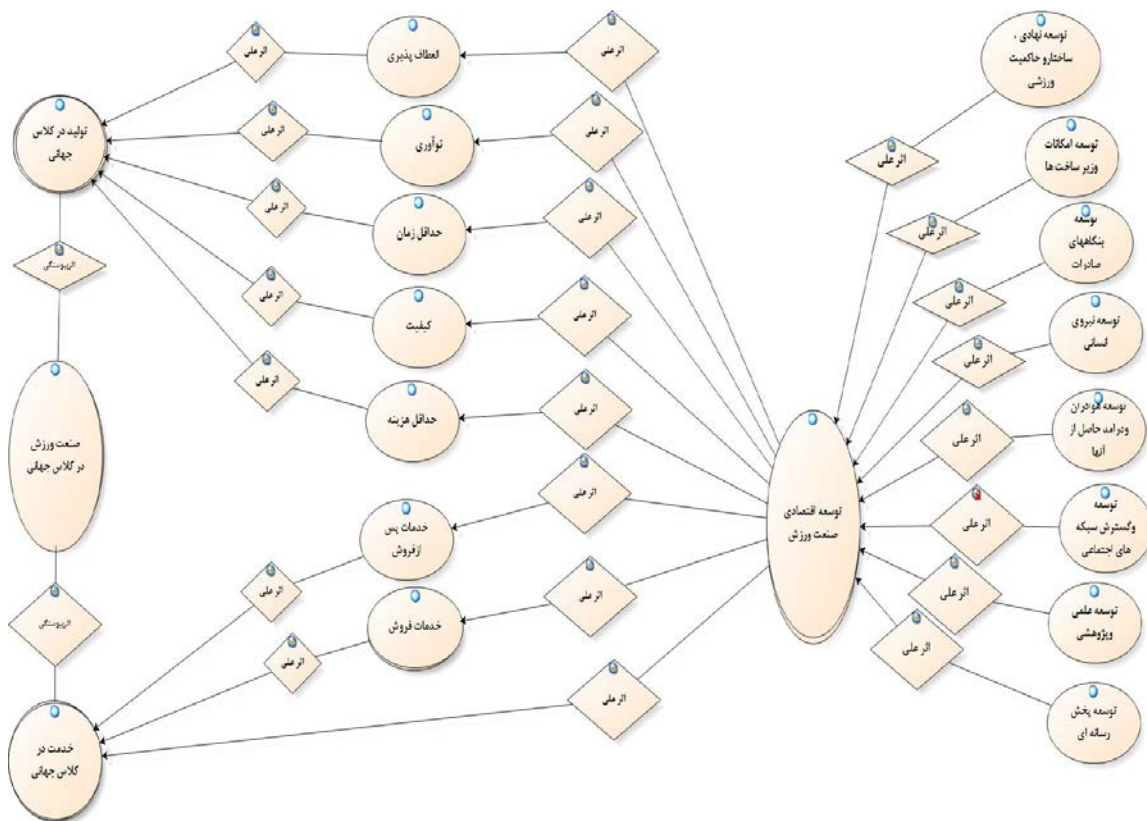
منبع	تعداد ارجاع	کد گذاری باز	کد گذاری محوری	کد گذاری گزینشی
۱۳	۱۴	ایجاد اراده واقعی، اجماع و استراتژی کلان در کشور برای خصوصی سازی	توسعه نهادی، ساختار و مالکیت	
		رفع موانع (اجرایی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی) خصوصی سازی صنعت ورزش کشور		
		عدم دخالت های بیش از حد دولت در امور اداره نهادهای ورزشی کشور		
		محدود بودن تعداد باشگاههای حرفه ای در کشور		
		کمبود نهادهای حمایتی سازمان یافته هواداری در صنعت ورزش		
		توجه اندک باشگاههای حرفه ای به موضوع رشد و توسعه ورزش در سطوح پایه		
۱۴	۱۹	توسعه نظام باشگاه داری حرفه ای در ورزش کشور	توسعه رسانه ای	
		رفع مشکلات عمده حقوقی در موضوع کپی رایت یا حقوق اثر در کل کشور		
		تدوین قوانین جامع، مدون و لازم الاجرا برای به رسمیت شناختن درآمد حق پخش رسانه‌ای مسابقات ورزشی		
		رفع انحصاری بودن سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران و تلاش در جهت ایجاد شبکه‌های خصوصی تلاش در جهت خصوصی سازی باشگاه های ورزشی		
۱۴	۱۷	ایجاد تقاضای خرید و رقابت شبکه های کابلی خارجی برای اخذ مجوز حق پخش تلویزیونی مسابقات ایران	توسعه علمی - پژوهشی	
		توجه به موضوعات مرتبط با شاخصهای اصلی اقتصاد ورزش در پایان نامه های تحصیلات تکمیلی دانشگاه‌ها		
		توجه به موضوعات مرتبط با اقتصاد ورزش در پژوهش های مراکز پژوهشی کشور		
۱۴	۱۴	افزایش همکاری پژوهشگران حوزه مدیریت ورزش با سایر رشته های مرتبط با موضوع نظیر اقتصاد، مدیریت مالی، صنعتی، بازاریابی و ... در قالب پروژه های پژوهشی مشترک	توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن	توسعه اقتصادی صنعت ورزش
		افزایش سرانه درآمد ملی در کشور		
		ایجاد رویه های مناسب و منطقی قیمت گذاری بر روی محصولات ورزشی		
		افزایش کیفیت امکانات فیزیکی و ویژگی های استادیوم های محل برگزاری مسابقات ورزشی		
		مدیریت مناسب فرآیند برگزاری مسابقات ورزشی		
۱۵	۱۶	حضور همه طیف ها از طبقات اجتماعی و امکان حضور بانوان در همه رشته های ورزشی	توسعه نیروی انسانی	
		توسعه مدیریت و رویه های مناسب جذب، حفظ و توسعه هواداران		
		ثبات در مدیریت ها در سطوح مختلف ورزش کشور		
		استفاده از مدیران خلاق و تخصص های تجاری و درآمدزایی در سطوح مختلف ورزش کشور		
۱۲	۱۳	سرمايه گذاری صنعت ورزش کشور در زمینه رشد و توسعه بازیکنان در سطوح پایه	توسعه امکانات و زیرساخت ورزشی	
		بهره گیری از دوره های آموزشی و دانش افزایی به منظور ارتقاء سطح دانش تجاری و بازاریابی مدیران ورزشی		
		برقراری معیارهای ویژه نیروی انسانی برای باشگاههای حرفه ای و ارزیابی باشگاه ها بر اساس آن		
۱۰	۱۰	عزم و پیگیری دولت و مجلس برای ایجاد و بهینه سازی زیر ساخت ها و امکانات مورد نیاز ورزش کشور	توسعه حقوقی و قانونی	
		رعایت استانداردهای ویژه ساخت و ساز و بازسازی اماکن ورزشی کشور		
		مدیریت دولتی اکثر اماکن ورزشی و استادیوم های کشور		
		میزبانی رویدادهای بزرگ بین المللی		
۱۴	۱۷	مشخص شدن ماهیت حقوقی واقعی باشگاههای حرفه ای کشور	توسعه بنگاههای صادرات تولیدات ورزشی	
		رفع مشکلات قانونی برای ایجاد نظام شرط بندی مجاز در صنعت		
		پیگیری مدیران ورزش در مورد حقوق مشروع صنعت ورزش		
		بهره گیری از متخصصان علم حقوق توسط سطوح مختلف صنعت ورزش کشور		
۶	۱۰	برقراری قوانین حقوق مالکیت اثر یا کپی رایت در نظام حقوقی صنعت ورزش کشور	توسعه شبکه های اجتماعی	
		افزایش بنگاههای صادراتی تولیدات ورزشی دولتی		
		افزایش بنگاههای صادراتی تولیدات ورزشی خصوصی		
۱۶	۱۳۰	افزایش بنگاههای صادراتی تولیدات ورزشی مختلف	توسعه و گسترش شبکه های اقتصادی	
		افزایش بنگاههای صادراتی تولیدات ورزشی شبکه ای و در کشورهای مختلف		
		افزایش شبکه های اجتماعی تخصصی توسعه تولیدات ورزشی		
		جمع	توسعه اقتصادی صنعت ورزش	

منبع	تعداد ارجاع	کد گذاری باز	کد گذاری محوری	کد گذاری گزینشی
		پیش قدم بودن نسبت به رقبای معرف کالاهای و خدمات ورزشی جدید استفاده از تکنولوژی ماشین آلات تولیدات ورزشی به روز سرمایه گذاری های آینده در روش های جدید تولید تشویق و استقبال از ایده ها و طرح های تولیدات ورزشی و ابتکار عمل های افراد کدبندی درس های آموخته شده در پایان پروژه های نوآوری تولیدات ورزشی	نوآوری	
۱۳	۲۹	استفاده از خطوط انعطاف پذیر در تولیدات ورزشی		
		قابلیت تولید محصولات مختلف ورزشی در یک خط تولید مشترک قابلیت انعطاف سلول های تولیدی در تولیدات ورزشی ایجاد قابلیت خودکار سازی و اتوماسیون منطف در تولیدات ورزشی کاهش موجودی انبار کاهش موجودی قطعات و محصولات نیم سوخته تولیدات ورزشی استاندارد کردن آسانتر اجزا فرعی تولیدات ورزشی	انعطاف پذیری	
		کاهش زمان های تاخیر تولیدات ورزشی کاهش زمان طراحی و توسعه محصول جدید کاهش زمان های تنظیم و آماده سازی ماشین آلات مخصوص تولیدات ورزشی کاهش زمان تغییرات مهندسی	حداقل زمان	
		کاهش هزینه هر واحد تولیدی محصولات ورزشی کاهش هزینه و دستمزد مستقیم کاهش هزینه های سربار کاهش هزینه مواد اولیه قیمت گذاری رقابتی کاهش هزینه حمل و نقل مواد و قطعات کاهش هزینه های مهندسی طراحی برچسب گذاری قیمت ها	حداقل هزینه	تولید در کلاس جهانی
		ارایه محصولات و خدمات بی عیب تولیدات ورزشی دادن اعتماد و اطمینان به مشتری تولیدات ورزشی رضایت و وفاداری بیشتر در مشتریان تولیدات ورزشی تولید محصولات ورزشی بر اساس خواسته و کیفیت مورد انتظار مشتریان رسیدگی به شکایات مشتری محصولات ورزشی توجه به وفاداری مشتری محصولات ورزشی توجه به استنباط مشتری از کیفیت عملکرد تولیدات ورزشی بهبود مستمر کیفیت تولیدات ورزشی تمرکز پایدار بر مشتریان و دستیابی به رضایت مشتری از طریق تولید کالا یا ارائه خدمات ورزشی با کیفیت مشارکت کارکنان در جلسه کیفیت تولیدات ورزشی	کیفیت	
		جمع	تولید در کلاس جهانی	
		تعهدات تحول محصولات ورزشی مطمئن تر ارایه خدمات پس فروش به موقع ، مداوم و پیگیر استفاده از روش های به روز در ارائه خدمات فروش و پس فروش ارایه خدمات گارانتی و ضمانت	خدمات پس از فروش	
		پایگاههای داده های در دسترس برای فروشندگان تولیدات ورزشی ردیابی ساده وضعیت سفارش محصولات ورزشی ارائه محصولات ورزشی بر اساس سفارش محصول تایید سریع تاریخ تحویل و زمان تحویل مطمئن و به موقع	خدمات فروش	خدمت در کلاس جهانی
		جمع	خدمت در کلاس جهانی	
		جمع	صنعت ورزش در کلاس جهانی	

در نمودار (۳) با توجه به فراوانی و ارجاعات کدهای محوری و گزینشی مدل به تفکیک مصاحبه شوندهگان می باشد که بالاترین فراوانی و ارجاعات مربوط به مصاحبه شونده فارسیجانی می باشد.



نمودار ۳. فراوانی کدهای مدل براساس ارجاعات و منابع هر مصاحبه شونده



شکل ۱. مدل کیفی توسعه اقتصادی صنعت ورزش ایران با رویکرد کلاس جهانی

جهانی و افزایش روز افزون رقبا موجب افزایش فشار به تولید کنندگان در جهت بهبود عملکردشان به منظور بقا در چنین محیط بحرانی شده است. به بیان دیگر جهانی شدن باعث گستردگی تجارت میان ملت‌ها شده است و رقابت از میان بازارهای محلی و ملی به بازارهای بین‌المللی کشیده شده است. در آینده‌ای نزدیک تنها بنگاه‌های اقتصادی می‌توانند در فضای بین‌المللی حضور و توان رقابت را داشته باشند که در کلاس جهانی قرار گیرند. لذا تولید در کلاس جهانی شرکت‌ها را قادر می‌سازد که بطور جهانی از طریق بهبود ظرفیت‌ها رقابت کنند که در این صورت قادر خواهند بود در زمینه‌های هزینه، کیفیت، تحویل، انعطاف‌پذیری و نوآوری رقابت کنند. بنابراین برای دست‌یافتن به هدف حضور صنعت ورزش در کلاس جهانی باید توسعه اقتصادی صنعت ورزش اتفاق بیافتد. بر طبق نظرات نخبگان نمونه آماری پژوهش حاضر از جمله عواملی که باعث توسعه اقتصادی صنعت ورزش می‌شود، توسعه نهادی، ساختار و مالکیت ورزشی می‌باشد. در تبیین یافته‌های فوق می‌توان گفت: در راستای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ در اقتصاد ایران که در سال ۱۳۸۴ توسط مقام معظم رهبری ابلاغ گردید در واقع با هدف اصلاحات ساختاری در ایران صورت گرفت. اهداف این سیاست‌ها همانطوری که در متن آن اشاره گردیده است عبارتند از: شتاب بخشیدن به رشد اقتصادی، گسترش مالکیت عمومی، ارتقای کارایی و بهره‌وری، افزایش رقابت‌پذیری، افزایش سهم بخش‌های خصوصی و تعاونی در اقتصاد، کاستن از بار مالی و مدیریتی دولت در تصدی فعالیت‌های اقتصادی و همچنین افزایش سطح عمومی اشتغال و ... به عبارتی دیگر خصوصی‌سازی یکی از اجزاء برنامه‌های اصلاحات ساختاری است و هدف آن دستیابی به کارایی بالاتر بنگاه‌ها در سطح اقتصاد خرد و همچنین رسیدن به رشد اقتصادی بالاتر از بعد اقتصاد کلان است. از طرف دیگر با اجرای سیاست‌های خصوصی‌سازی بطور معمول زمینه برای کاهش هزینه‌های دولت و یا کسری بودجه‌های لجام‌گسیخته دولتی فراهم می‌شود و لذا با کاهش تورم، زمینه افزایش سرمایه‌گذاری توسط بخش خصوصی ایجاد می‌گردد. لذا می‌توان گفت که یکی از حلقه‌های مهم در توسعه نهادی، ساختار و مالکیت صنعت ورزش ایفای نقش سیاسی دولت با ایجاد انسجام و مشارکت سیاسی در فضای رقابتی سالم با اعمال قدرت و حاکمیت قانون است. که این یافته با پژوهش محمدی و همکاران (۱۳۹۵) همخوانی دارد. از دیگر یافته‌های پژوهش توسعه رسانه‌ای است.

نتایج معماری (۱۳۸۶) و صوفی و شعبانی (۱۳۹۲) حاکی

در نهایت با توجه به قابلیت نرم افزار NVivo10 مدل‌سازی، میان‌کدها و طبقه‌های استخراج شده از سوی پژوهشگران، روابط منطقی برقرار و مدل مفهومی مطابق شکل (۱) ترسیم شد. بر طبق مدل شکل (۱) مقوله‌های فرعی توسعه اقتصادی صنعت ورزش (توسعه نهادی، ساختار و مالکیت، توسعه رسانه‌ای، توسعه علمی - پژوهشی، توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن، توسعه نیروی انسانی، توسعه امکانات و زیرساخت، توسعه حقوقی و قانونی، توسعه بنگاه‌های صادرات، توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی) اثر علی بر توسعه اقتصادی صنعت ورزش با فراوانی ۱۶ و ارجاعات ۱۳۰ دارند. از طرفی توسعه اقتصادی صنعت ورزش اثر علی دارد بر عوامل تولید در کلاس جهانی (نوآوری، انعطاف‌پذیری، حداقل زمان، حداقل هزینه، کیفیت) با فراوانی ۱۵ و ارجاعات ۱۲۴ دارند. از طرفی توسعه اقتصادی صنعت ورزش بر عوامل خدمت در کلاس جهانی (خدمات پس از فروش، خدمات فروش) با فراوانی ۱۲ و ارجاعات ۳۱ اثر علی دارد. صنعت ورزش در کلاس جهانی اثربیوستگی بر روی عوامل تولید در کلاس جهانی و عوامل خدمت در کلاس جهانی دارد. در نهایت توسعه اقتصادی صنعت ورزش به همراه عوامل تولید و خدمت در کلاس جهانی بر صنعت ورزش در کلاس جهانی با فراوانی ۱۷ و ارجاعات ۴۴۱ اثر دارند، در نهایت مدل کیفی ذکر شده مطلوب می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با بررسی عمیق، تحقیق و مصاحبه با متخصصان، اقتصاد دانان، اعضای هیات علمی حوزه (بازاریابی ورزشی، مدیریت صنعتی باگرایش تولید در کلاس جهانی) و مدیران حوزه ورزشی به تدوین مدل کیفی توسعه اقتصادی صنعت ورزش ایران با رویکرد کلاس جهانی پرداخت. نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد بین توسعه اقتصادی صنعت ورزش و مقوله‌های فرعی آن (توسعه نهادی، ساختار و مالکیت، توسعه رسانه‌ای، توسعه علمی - پژوهشی، توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن، توسعه نیروی انسانی، توسعه امکانات و زیرساخت، توسعه حقوقی و قانونی، توسعه بنگاه‌های صادرات، توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی) با عوامل تولید در کلاس جهانی (کیفیت، نوآوری، حداقل هزینه، حداقل زمان، انعطاف‌پذیری) و عوامل خدمت در کلاس جهانی (خدمات فروش و پس از فروش) رابطه علی و اثر گذار وجود دارد و در نهایت مدل کیفی ذکر شده مطلوب می‌باشد.

در تبیین یافته‌های فوق می‌توان گفت: گسترش رقابت

های راهبردی برای جذب بیشتر هواداران و حمایت افزون تر از باشگاهها و تیمها انجام شود. در این صورت علاوه بر تضمین استقلال باشگاهها و درآمدزایی آنها، کیفیت مسابقات و عملکرد فنی تیمها نیز بهبود خواهد یافت. در نتیجه فوتبال ملی کشور با سرعت بیشتری به سمت استانداردهای جهانی پیش خواهد رفت.

توسعه نیروی انسانی در حوزه صنعت ورزش از دیگر یافته های این پژوهش است در تبیین این عامل اثر گذار بر صنعت ورزش در کلاس جهانی می توان گفت: سازمانها برای بقا ملزم به استفاده از پتانسیل و شایستگی های کارکنان خود برای کسب مزیت رقابتی می باشند. با نگاهی تطبیقی به کشورهای جهان و مقایسه کشورهای پیشرفته در می یابیم که علت پیشرفت و توسعه کشورها، داشتن نیروی انسانی کارا و توانمند است. اگر جامعه های از این نعمت برخوردار نباشد به طور یقین نمی تواند به هدف مورد نظر خود دست یابد.

بنابراین وجود نیروی انسانی اثربخش یکی از ضرورت های پیشرفت و توسعه هر کشوری است. با توجه به اهداف نظام جمهوری اسلامی بر اساس سند چشم انداز بیست ساله و سیاستهای اصل ۴۴ تغییر ساختار نیروی انسانی ضروری است. تحقق اهداف سند چشم انداز بیست ساله زمانی دست یافتنی خواهد بود که منابع انسانی تربیت شده داشته باشیم. زمینه سازی برای پرورش نیروی های خلاق، واگذاری نقش های عملیاتی به سازمانها و کاهش تصدی گری دولت در این زمینه و در نتیجه فراهم سازی بستر مناسب برای ایجاد سازمانهای دارای کلاس جهانی برای کسب آمادگی بیشتر برای ایفای نقش مؤثرتر در اقتصاد جهان، توصیه های مؤکدی است که در تنظیم محتوای برنامه ششم توسعه در بخش صنعت ورزش مورد انتظار است. بدون شک عامل توسعه سازمان های مبتکر در اختیار داشتن منابع انسانی خلاق است که می تواند در سایه مدیریتی هوشمند، سازمان فراگیرنده، ساختارهای انعطاف پذیر امکان پاسخگویی به نیازهای داخلی ورود به صحنه جهانی را فراهم آورد. این یافته با بخشی از نتایج تحقیق خداداد کاشی و کریم نیا (۱۳۹۵) هم خوانی دارد.

یکی دیگر از یافته های پژوهش بیان می کند توسعه امکانات و زیرساخت ورزشی نقشی اثرگذار در توسعه اقتصادی صنعت ورزش در کلاس جهانی دارد. این مهم نیازمند عزم و پیگیری دولت و مجلس برای ایجاد و بهینه سازی زیر ساخت ها و امکانات مورد نیاز ورزش کشور و رعایت استانداردهای ویژه ساخت و ساز و بازسازی اماکن ورزشی کشور در حد سازمان های کلاس جهانی می باشد.

از این است که توسعه و افزایش منابع مالی در ورزش بر اثر تعامل با رسانه های گروهی است و اقتصاد و ورزش به مدد گسترش رسانه ها، با یکدیگر تعامل داشته و سبب تجاری شدن ورزش می گردند. این یافته با یافته پژوهش حاضر همخوانی دارد. یافته دیگر پژوهش توسعه علمی - پژوهشی می باشد از آنجایی که دانش و فناوری از مهم ترین ارکان توسعه صنعتی و توسعه اقتصادی کشورها به شمار می آید و اقتصادهای پدیدار، عمدتاً بر پایه دانش پایه ریزی شده اند، توجه به این مهم در حوزه صنایع، معادن و تجارت کشورمان به خصوص صنعت ورزش حایز اهمیت است. که تا پیش از دولت یازدهم، مغفول مانده و به گونه ای نظام مند و منسجم دنبال نمی شد.

کارشناسان معتقدند، بی توجهی به امر تحقیق و توسعه در صنایع، یکی از دلایل اصلی رکود، بی رونقی و نداشتن توان رقابت واحدهای صنعتی به ویژه در بازارهای بین المللی است و طبیعتاً صنایعی که نتوانند تغییرات دنیا را تشخیص داده و آموزش های لازم را برای انطباق با تغییرات و همچنین خلق نوآوری فرا بگیرند، محکوم به فنا خواهند بود. لذا تعطیلی صنایع مختلف از واحدهای صنعتی کوچک و متوسط گرفته تا کارخانجات بزرگ و نام و نشان دار، طی سالیان اخیر نشانگر غفلت این واحدها از شتاب روزافزون تکنولوژی های روز و نداشتن ایده های خلاقانه به منظور جلب رضایت مشتری و فروش بیشتر است. در نتیجه گسترش و توسعه شرکت های دانش بنیان ورزشی می تواند در رسیدن به هدف توسعه اقتصادی صنعت ورزش با رویکرد کلاس جهانی منشا اثر باشند.

عامل اثر گذار دیگر بر توسعه اقتصادی صنعت ورزش توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن می باشد. یافته فوق با بیان این مثال روشن تر خواهد شد. در واقع فوتبال امروزی هواداران کلیدی ترین نقش را در پیشرفت تیمهای ملی و باشگاهها ایفا می کنند. هواداران، به ورزش، تیم یا ورزشکاری خاص علاقه مندند و امور مربوط به آن را دنبال می کنند. حیات فوتبال بدون حضور بنگاههای اقتصادی و تجاری امکانپذیر نیست، اما باید در نظر داشت که انگیزه اصلی حضور این بنگاهها در فوتبال، وجود هواداران بی شمار است که به عنوان مصرف کننده کالاها مختلف، مخاطب و مشتری بنگاههای اقتصادی و تجاری هستند. بنابراین، فوتبال در کشورهایی بیشتر رشد می کند که هواداران زیادی دارند و ورزشگاهها اغلب مملو از جمعیت هستند. با توجه به اهمیت زیاد هواداران در فوتبال امروز، ضروری است که در ایران هم نگاه مدیران فوتبال به این مقوله مهم و تأثیرگذار تغییر اساسی کند و برنامه ریزی

بستر برای رقابت در کلاس جهانی است. بی شک هر کشوری برپایه شاخص‌های ارزشی که دارد باید برای تولید داخلی و ملی خویش ارزش قایل باشد و به آن ارزش بدهد نظر به این که کشورمان ایران در یک شرایط بحرانی اقتصادی قرار دارد می‌توان با تشویق مردم در استفاده از کالای ورزشی ایرانی از تولید داخل حمایت و بدین ترتیب به رشد اشتغال و ریشه کنی بیکاری در کشور مساعدت کرد. برای بدست آوردن این هدف می‌بایست با بهبود کیفیت، باعث افزایش صادرات کالاهای ورزشی و هم شرایط استقبال ملی از تولیدات داخلی ورزشی را فراهم آورد و این مساله ارزش‌ها و مزیت‌های مرتبط و نهفته بسیاری را آشکار می‌سازد و به ایجاد رقابت در بخش صنعت تولیدات ورزشی کشور می‌انجامد. مصرف تولید داخلی ورزشی باعث خودکفایی است و استفاده از کالای ورزشی ایرانی منشا آثار مثبت زیادی است و این مساله به ایجاد ارزش افزوده، رشد اقتصادی کشور، کاهش نرخ بیکاری، جلوگیری از افزایش تورم و ارتقای درآمد ملی و فردی در بخش صنعت ورزش منجر می‌شود و زمینه مناسبی برای سرمایه‌گذاری‌های آینده را در بخش تولید مهیا می‌سازد و با افزایش و بهبود کیفیت کالای ورزشی می‌توان مازاد مصرف داخل را به خارج صادر و بدین ترتیب درآمد ارزی قابل توجهی برای کشور ایجاد کرد. بنابراین برای دستیابی به توسعه اقتصادی صنعت ورزش می‌بایست که توجه و حمایت از کالا و تولید داخلی را مدنظر قرار داد. نتایج این پژوهش گام موثری در راستای غنی‌سازی و اعتلای صنعت ورزش کشور در جهت اقتصاد مقاومتی و حمایت از تولید و کالای ورزشی ایرانی و هدایت متخصصان و مدیران بازاریابی و کارآفرینان ورزشی به سمت تولید کالاهای استراتژیک ورزشی با رویکرد کلاس جهانی است و می‌تواند الگویی در جهت رشد علمی توسعه اقتصادی صنعت ورزش کشور و راهنمای سیاست‌مداران و دولتمردان، در توسعه برنامه ریزی‌های اقتصادی صنعت ورزش باشد.

یافته دیگر پژوهش نشان داد که توسعه حقوقی و قانونی اثر علی بر صنعت ورزش در کلاس جهانی دارد. در واقع حقوق ورزش به مجموعه قواعد و مقرراتی اطلاق می‌شود که تمام اعمال و وضعیت نهادها و اشخاص حوزه فعالیت‌های ورزشی از جمله بخش تولیدات صنعت ورزش را تنظیم و تنسيق کرده و در دایره حاکمیت قانون درمی‌آورد. نیاز توجه به سندی تقنینی، لازم‌الاجرا و لازم‌الاتباع برای تمامی نهادها و اشخاص حوزه ورزش بخصوص حوزه تولیدات ورزشی جهت ورود به سازمان کلاس جهانی توصیه می‌شود. بی شک مسیر توسعه به سر منزل مقصود نمی‌رسد مگر آنکه راه روشنی را مستمرو بطور منظم طی کند.

عامل علی اثر گذار دیگر بر توسعه اقتصادی صنعت ورزش توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی می‌باشد. نقش شبکه‌های اجتماعی در تعیین رفتارهای اقتصادی مختلف، کسب‌وکارها و تعاملات سیاسی بسیاری وجود دارند که شبکه‌بندی شده‌اند. رسانه‌های اجتماعی به کسب‌وکارها اجازه می‌دهند تا ارتباط مستقیم و صمیمانه‌تری با مردم داشته باشند. در واقع کارکرد رسانه‌های اجتماعی یک عملکرد اختصاصی را برای هر کاربرد به همراه دارد و چه چیزی می‌تواند بهتر از این باشد که بتوان با مردم ارتباط مستقیم و مناسبی را برقرار کرد. در حوزه صنعت ورزش نیز افزایش شبکه‌های اجتماعی تخصصی توسعه تولیدات ورزشی، شبکه‌های اجتماعی آموزشی بازاریابی جهت توسعه صادرات تولیدات ورزشی و توسعه شبکه‌های اجتماعی بازاریابی آنلاین فروش جهت توسعه صادرات تولیدات ورزشی با رویکرد کلاس جهانی می‌تواند مثمر ثمر واقع شود.

مصاحبه کنندگان پژوهش توسعه بنگاه‌های صادرات تولیدات ورزشی موثر بر صنعت ورزش در کلاس جهانی می‌دانند که هر چه بنگاه‌های صادراتی تولیدات ورزشی دولتی، خصوصی، شبکه‌ای و درکشورهای مختلف و تخصصی برای رشته‌های مختلف ورزشی بیشتر توسعه و رشد داشته باشد بالتبع مزیت رقابتی زیاده‌تری بدست می‌آید. بی شک مزیت رقابتی چیزی نیست جز، وضعیتی که یک بنگاه را قادر می‌سازد، با کارایی بالاتر و به کارگیری روشهای برتر، محصول با کیفیت بالاتر عرضه نماید و در رقابت با رقبای سود بیشتری را برای بنگاه صادراتی تولیدات ورزشی فراهم آورد که شرط ورود به سازمان کلاس جهانی است. این یافته با تحقیق غلامی و همکاران (۱۳۹۶) و شریفیان (۱۳۹۵) هم خوان می‌باشد. لازم به تاکید است که در همه سطوح، سیاست‌گذاری‌ها باید به نحوی باشد که تولیدکننده تمایل و انگیزه‌ای برای ارتقا کیفیت کالای خود داشته باشد، که راهکار ارتقاء کیفیت فراهم کردن

REFERENCES

- Azeem, Md & Salfi, N. A.(2012). "Usage of NVivo Software for Qualitative Data Analysis", *Academic Research International.*, 1(2), 262-266.
- Androf, Vladimir and Francois, Jean (2001). "Economics and Culture; Translation of AllahWeridi Jazayeri"; Organization of Physical Education of the Islamic Republic of Iran.
- Afshari, Mustafa (2015). Analysis of the Effect of Effective Management of Enthusiasm, Resistance Economics and Exercise Development in Economic Development of Iran's Sports Industry, Ph.D, Urmia University.
- Askari, Fariba (2004). Investigating the economic situation of Iran's sports industry in 1998 and 2001 based on GDP estimate; Doctoral dissertation, Tehran University of Physical Education and Sport Sciences
- Baldwin, B.(2017) Think world class: shift your thinking–maximize your results. Motivational press Publisher.
- Chappelet, J.-L. (2005) Sport and Economic Development – input paper for the 2 nd Magglingen Conference.
- Creswell, J. W., & Miller, D. L. Determining (2000). Validity in Qualitative Inquiry, Theory into Practice.
- Chiarini, A & Vagnoni, E. (2015). "World-class manufacturing by Fiat. Comparison with Toyota Production System from a Strategic Management, Management Accounting, Operations Management and Performance Measurement dimension", *Journal International Journal of Production Research* , 53(2) , 590-606.
- Danaee Fard, Hassan; Alwani, Seyyed Mehdi; Azar, Adel (2009). Qualitative Research Methodology in Management: A Comprehensive Approach, Third Quarter, Tehran: Saffar-Eshraghi, p. 131.
- Flick, Eve (2008). An Introduction to Qualitative Research, Translated by Hadi Jalili, Tehran: Nashr-e-Ni, p. 143.
- Farsijani, H. Keshavarz, S. (2016). "The Principle Of Word Class", *Management Elmegostar*, edition 5, 5-12 (In Persian).
- Glaser, B. G. (2001). "The grounded theory perspective:Conceptualization contrasted with description", *ociology Press.* 145-148.
- Gholami, Ali Noghi, Zare, Alireza, Ghalavand, Akbar, Shirali, Rezvand (2017). "Investigating the Factors Affecting the Formation of Small and Medium Enterprises in the Sports Industry of the Country", *Applied Research of Sport Management*, Year 6, Number 2, Serial (22), Autumn, 1396, pp. 57-66
- Khodadad Kashi, Farhad, Karimnia, Elham (2017). "Examining the Impact of Economic and Social Factors on the Success of the Countries in Olympic Games (1996-1992)", *Economic Modeling Research Quarterly*, No. 25, Autumn 95, pp. 43-67.
- Memari, Jaleh (2007). Analysis and modeling of marketing mix of sport industry in the country with decision-centered approach, Doctoral dissertation, Tehran University-Physical Education Faculty.
- Morteza Rezaei Soufi, Abbas Shabani (2013). Investigating the Impact of Mass Media on Financing the Sport in Sports Communication Management in Sports Media, First Year, No. 3, Winter 99-93.
- Mohammadi Moghani, Hojjat, Kashif, Seyyed Mohammad, Henry, Habib, Garakhani, Hassan (2016). "Factor Analysis of Governmental Political Role in the Implementation of the Privatization of the Sports Industry", *New Approaches to Sport Management*, Volume 4, Number 13, pp. 61-72.
- Negin Taji, Vahid, Javanshir, Hassan and Chagar, Maryam (2017). Identification Identification and Prioritization, The Key Factors of the Success of Small and Medium Business Enterprises in Achieving the Global Classroom Approach: CFA / FUZZY AHP Case Study: Small and Medium Enterprises of Shiraz, International Congress on the Perspectives of World Class Management, March 2009, Tehran.
- Pitts. B. G. & Fielding, L. W. & Miller, L. K. (1994). "Industry Segmentation theory and the Sport Industry: Developing a Sport Industry Segmentation Model", *Sport Marketing Quarterly*, 3(1), 15-24.
- Pitts, B. G. & Statler, P.K. (1996). Fundamental of Sport Marketing Morgantown; Fitness Information Technology.
- Potts, J, Thomas, S. (2018). "Toward a new (evolutionary) economics of sports", *Sport, Business and Management: An International Journal*, 8 (1), 82-96.
- Perez-Perez , M, Serrano Bedia, A.M. , Concepcion Lopez-Fernandez , M , García-Piqueres, G. (2018). "Research opportunities on manufacturing flexibility domain: A review

- and theory-based research agenda", *Journal of Manufacturing Systems*, 48(1), 9–20.
- Petrillo, A, De Felice, F, Zomparelli, F. (2018). "Performance measurement for world-class manufacturing: a model for the Italian automotive industry", *Total Quality Management & Business Excellence*, *Published Online: 22 Jan 2018*.
 - Qalibaf, Mohammad Bagher (2010). Strategic look to the sports system in the country. Hamed Negarestan Publishing House, Tehran.
 - Richards, L. & Morse, J.M. (2012). *Readme First for a User's Guide to Qualitative Methods* (3rd edition), Thousand Oaks, CA: Sage.
 - Rostamzadeh, Parviz, Sadeghi, Hossein, Assari, Abbas, Yavari, Kazem (2014). "The Effect of Government Investment on the Economic Growth in Iran", *Quarterly Journal of Economic Research (Sustainable Development and Development)*, *Fourteenth*, No. 4, pp. 177-210.
 - Seyyed Hosseini, Seyed Mohammad and Alireza Selukdar (2007). Review of different perspectives and factors about the world-class dynamic production model, Fifth International Management Conference, Tehran, Ariana Research Group, https://www.civilica.com/Paper-IRIMC05-IRIMC05_034.html.
 - Sharifian, Ismail, Yousefi Zarandi, Mohammad Hussein, Tabriz Hero, Cyrus (2015). "The Barriers to the Exercise Industry in Competition with Outdoor Sport Goods", *Applied Research of Sport Management*, Year 5, Number 1, Successive (17), Summer, pp. 67-75.
 - Sanderson, K.; Harris, F.; Russel, S. & Chase, S. (2000). "The economic benefit of sport: A Review", *Business and Economic Research Ltd* (BERL).
 - Strauss, Anselm and Corbin, Juliet (2012). *Principles of qualitative research: Techniques and stages of ground theory*. Translation: Ibrahim Afshar (2012). Tehran: Publishing Ney.
 - Sandeep, Rajesh Kumar and Nitin. (2016). "Identification of Barriers in Implementation of World Class Manufacturing (WCM) Practices: A Literature analysis", *International Research Journal of Engineering and Technology*, 3(5), 2363- 2366.
 - Wikner, J & Backstrand, J. (2018). "Triadic perspective on customization and supplier interaction in customer-driven manufacturing", *Production & Manufacturing Research*, 6(1), 3-25.
 - Zhang, J. J, Brandon Mastromartino, E. K, Qian, T, Y. Nauright, J. (2018). "The sport industry in growing economies: critical issues and challenges", *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 19 (2), 110-126.