

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

فروغ محمدی^۱، معصومه کلاته سیف‌ری^{۲*}، سید محمدحسین رضوی^۳، حسن فارس‌جانی^۴

۱- دکتری مدیریت بازاریابی و رسانه‌های 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)

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

F. Mohammadi¹, M. Kalateh Seifari^{2*}, S. M. Razavi³, H. Farsijani⁴

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

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

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

4. Associate Professor in 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 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) that could develop sports industry in world-class.

Keywords

Economic Development, Sports Industry, World Class Manufacturing.

چکیده

سازمان‌ها به‌منظور بهبود مزیت رقابتی خود و فعالیت در بازارهای جهانی، ناگزیرند تا با نیازهای در حال تغییر با سرعت بیشتر پاسخ دهند. این پاسخگویی از طریق مدیریت تولید در کلاس جهانی امکان‌پذیر است. لذا هدف پژوهش حاضر تدوین مدل توسعه اقتصادی صنعت ورزش ایران با رویکرد تولید در کلاس جهانی بود. نمونه‌های برگزیده در پژوهش حاضر، متخصصان، اقتصاد دانان و اعضاء هیأت علمی (بازاریابی ورزشی و مدیریت صنعتی) بودند، که به شیوه هدفمند انتخاب شدند. پس از انجام بیش از ۱۵ ساعت مصاحبه عمیق با ۱۵ نفر از نمونه‌های منتخب، اشباع نظری به‌دست آمد و مصاحبه‌ها پیاده سازی شدند. با استناد به نتایج تحلیل مصاحبه‌هایی میدانی در محیط Nvivo 10؛ مدل کیفی مذکور با ۸۵ مفهوم و ۱۷ کد محوری و ۴ کد گزینشی به‌دست آمد. نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد بین توسعه اقتصادی صنعت ورزش و عوامل 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، هزینه، زمان، انعطاف پذیری) و عوامل خدمت در کلاس جهانی (فروش و پس از فروش) رابطه علی و اثرگذار وجود دارد که می‌تواند 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 سیف‌ری

مقدمه

مشکلات اقتصادی به‌ویژه در بخش تولید و درآمد از جمله مسائل مهمی است که انسان همواره با آن روبروست و ثمره هر نظام اقتصادی، تولید و به تبع آن مصارف کالاها و خدماتی است که به عنوان متداول‌ترین شاخص ارزیابی اقتصادی یک جامعه به‌شمار می‌رود (ویکسر و باسکستراند^۱، ۲۰۱۸). از آنجایی که فقر و غنای هر کشوری به توان تولید سرانه نظام‌های اقتصادی در بخش‌های مختلف آن وابسته است. لذا تولید بیشتر، امکان سرمایه‌گذاری و ظرفیت‌سازی اقتصادی را در آینده فراهم می‌نماید و در نهایت زندگی مادی، اجتماعی و فرهنگی بهتر را برای نسل آینده فراهم می‌سازد (پریز و همکاران^۲، ۲۰۱۸).

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

مولین^۳ (۱۹۸۳) برای اولین بار از ورزش به‌عنوان یک صنعت یاد کرد. او اشاره می‌کند هرگونه فعالیت ورزشی حرفه‌ای و غیرحرفه‌ای که موجبات افزایش ارزش افزوده کالاها و خدمات ورزشی را فراهم آورد، صنعت ورزش محسوب می‌شود. همچنین پیترز 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 می‌شود که در ارتقاء ارزش افزوده نقش داشته باشند (پیترز و استاتلر، ۱۹۹۶).

پیترز، فیلدینگ و مایلر اجزای صنعت ورزش را براساس انواع محصولات و مشتریان به سه بخش عملکرد، تولیدات و توسعه

ورزشی تقسیم نموده‌اند: عملکرد ورزشی در برگیرنده امور مربوط به شرکت‌کنندگان و تماشاگران ورزشی است. بخش تولیدات ورزشی، کلیه کالاها و خدمات مورد نیاز جهت ایجاد و یا تسهیل بخش عملکرد ورزشی را فراهم می‌کند. بخش توسعه ورزشی، به کالاها و خدماتی که به پیشبرد تولیدات و عملکرد ورزشی یاری می‌رسانند، اطلاق می‌شود (پیترز، فیلدینگ و مایلر^۵، ۱۹۹۷).

در قرن حاضر به‌هیچ وجه نمی‌توان از اهمیت اقتصادی و آثار مستقیم و غیرمستقیم ورزش و تفریحات سالم در توسعه جوامع مختلف چشم‌پوشی کرد. دانش و اطلاعات حاصل از بررسی آثار اقتصادی این صنعت مهم‌ترین ابزار تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری‌های صحیح اقتصادی هر کشور در این بخش محسوب می‌شود (قالیاف، ۱۳۸۹).

به عبارتی دیگر ورزش با ایجاد مکانیسم‌های مؤثر به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر اقتصاد تأثیر گذاشته که این تأثیرات شامل موارد زیر می‌باشد:

- 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 بهره‌وری اقتصادی در بخش‌های تولیدی و خدماتی می‌گردد.

- گسترش ورزش سبب افزایش سطح سلامت شده و هزینه‌های بهداشتی، درمانی و هزینه‌های جانبی آن را در جامعه کاهش می‌دهد.

- افزایش چشم‌گیر شاغلان در بخش ورزش که بر روند جاری اقتصاد حاکم بر کشورها، به‌خصوص کشورهای پیشرفته تأثیر گذاشته و از حجم بیکاران در حال افزایش کاسته است. - از ورزش به‌عنوان ابزاری مؤثر برای بازاریابی و فروش کالاهای ورزشی و غیرورزشی استفاده می‌شود.

- سرمایه‌های پولی و مالی به بازارهای داخلی از طریق برگزاری مسابقات ورزشی در سطح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی وارد می‌شود (ساندرسون^۶، ۲۰۰۰).

از دیگر فواید اقتصادی مستقیم ورزش، تأثیر این صنعت بر مبادلات خارجی کشورهاست که موجب شده سهم این صنعت از تجارت جهانی را به ۲/۵ درصد برساند. اقتصاد روبه رشد کشورهایی مانند آمریکا شرایط بسیارخوبی را برای صنعت و تجارت ورزشی ایجاد کرده است. هرچند واردات و صادرات کالاهای ورزشی سهم ناچیز ۰/۰۴ تا ۰/۲ درصد از GDP کشورها را به‌خود اختصاص می‌دهد، با این حال میزان مبادلات

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، عامل‌های قدرت‌های حاکم بر بازار، حمایت مالی، مدیریت قیمت‌گذاری 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 تأثیر رسانه‌های جمعی بر تأمین منابع مالی در ورزش از دیدگاه حامیان ورزشی بخش خصوصی، حامیان مالی در بخش دولتی، هیأت‌های ورزشی استان مرکزی، کارکنان ادارات کل ورزش و جوانان استان مرکزی و اعضای هیأت علمی دانشگاه‌های استان مرکزی به این نتایج دست یافتند که در کشور ما نقش رسانه‌های جمعی در تأمین منابع مالی، شیوه بازاریابی و رشد صنعت ورزش در رتبه‌های میانی قرار دارد که لزوم تجدید نظر در شیوه‌های بازاریابی و تأمین منابع مالی توسط رسانه‌های گروهی و اصلاحات قانون حق پخش تلویزیونی ضروری به نظر می‌رسد (صوفی و شعبانی، ۱۳۹۳).

افشاری و همکاران (۱۳۹۴) در رساله دکتری خود با عنوان "تحلیل علی اثرگذاری مدیریت فرانوگرا، 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، اقتصاددانان آشنا به مسائل ورزشی، اساتید مدیریت ورزشی دانشگاه‌های کشور، دانشجویان

بین‌المللی 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 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 بین‌المللی این صنعت را از آن خود کرده‌اند: 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). بی‌تردید تنها راه موفقیت شرکت‌ها در عرضه تجارت بین‌المللی این است که سازمان‌ها تبدیل به سازمان‌های کلاس جهانی شوند. شون برگر اولین کسی بود که در سال ۱۹۸۲ از واژه تولید در کلاس جهانی استفاده نمود و این نشان از نو بودن این مفهوم دارد و در سال ۱۹۸۶ بحث خود را تحت عنوان درس‌هایی از ساده‌سازی ارائه کرد، شون برگر به شکل جالبی تولید در کلاس جهانی را به شعار بازی‌های 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 می‌برند، نگرش جهانی نسبت به بازار و روابط با مشتریان در تولید و ساخت محصولات است، تولید در کلاس جهانی، زمانی رخ خواهد داد که سازمان‌ها شاخص‌های 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 اساسی است: کالا در کلاس جهانی و خدمات در کلاس جهانی (فارس‌بیجانی و دستک، ۲۰۱۶).

در واقع جهانی شدن ورزش که از سال ۱۹۸۰ آغاز شد، موجب تغییر نقش ورزش در جامعه و فرصت درآمدزایی بسیاری را برای افراد، مؤسسات و رسانه‌های مختلف ایجاد کرد. عسکریان (۱۳۸۳) در رساله دکتری خود با عنوان "بررسی وضعیت اقتصادی صنعت ورزش ایران در سال‌های ۱۳۷۷ و

صادرات در صنعت تولیدی ورزش کشور تأثیرگذار 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 کریم‌نیا (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 مؤثر 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 توسعه 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. براساس 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 چشم انداز روشن به ترتیب اولویت‌های بعدی را به خود اختصاص داده‌اند (نگین تاجی و همکاران، ۱۳۹۶).

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 به‌عنوان یکی از شاخه‌های اقتصادی مطرح شده که ۲ درصد تولید

دکترای بازاریابی ورزشی فعالان حوزه اقتصاد ورزش بودند، با استفاده از روش تحقیق آمیخته براساس یافته‌های این پژوهش پس از اصلاح مدل روابط علی در برخی فرضیات، عنوان کرد که تمام ارتباطات متغیرهای تحقیق معنادار و مدل تحقیق مبنی بر اثرگذاری متغیرهای مدیریت فرانوگرا، اقتصاد مقاومتی و توسعه ورزش در توسعه اقتصادی صنعت ورزش ایران دارای برآزش لازم بود. با توجه به نتایج تحقیق، لزوم شفاف‌سازی اقتصاد و سالم‌سازی آن، جلوگیری از اقدامات و فعالیت‌ها و زمینه‌های فسادزا 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 داده بنیاد با عنوان تحلیل عاملی نقش سیاسی دولت در اجرای سیاست خصوصی‌سازی صنعت ورزش دریافتند که تأثیر مؤلفه‌های انسجام سیاسی- اجتماعی، حاکمیت قانون و قدرت دولت بر خصوصی‌سازی ورزش ایران معنادار بود، ولی مؤلفه مشارکت سیاسی با مقدار $\alpha = 0/128$ معناداری نداشت. مؤلفه، انسجام سیاسی- اجتماعی با ضریب رگرسیونی $0/187$ 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. به‌گونه‌ای 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 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 به‌صورت میدانی و از دیدگاه ۳۵ استاد دانشگاهی با مدرک دکتری مدیریت ورزشی، تعداد ۴۸ کارآفرین منتخب در حوزه ورزش به این نتایج دست یافتند که توسعه بنگاه‌های

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 ورزش 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 ذره‌بین‌های 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 افزایش رقابت، هر شرکت باید پروسه‌های تولید خود را مورد بررسی قرار دهد تا به حداقل رساندن هزینه‌ها و به حداکثر رساندن خدمات مشتری را داشته باشد. بنابراین لازم است بهترین راه برای به کارگیری اصول بهینه سازی را مورد بررسی قرار دهد یکی از روش‌های شناخته شده بهینه‌سازی، تولید جهانی در سطح جهانی است (WCM). این مطالعه یک مطالعه "پالوت" است که هدف آن بررسی کاربرد WCM در یک شرکت کوچک و متوسط ایتالیایی است که در بخش خودرو فعالیت می‌کند. بنابراین، هدف تحقیق دوگانه است: اول، ارائه یک مدل برای تعیین عوامل مؤثر بر WCM براساس توانایی‌های اصلی سازمان‌ها، دوم، پیشنهاد یک سیستم سنجش

ناخالص داخلی را خود به تنهایی عهده‌دار است. چالش امروز، این است که ورزش را به‌عنوان 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 تورسیم کشور که به صورت فعالی راه‌اندازی 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، سایه ای 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.

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 تأکید می‌کند چالش‌های سازنده و مسیری را که لازم است از آن عبور کنیم و از تغییرات ذهنی خود در شرایط خود بهره مند 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

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 تصمیم‌گیری است (پتریو و همکاران، ۲۰۱۸).

ژانگ و همکاران^{۱۳} (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان صنعت ورزش در اقتصادهای در حال رشد: مسائل و چالش‌های حیاتی به این نتایج دست یافتند که تشویق پژوهش‌های علمی به انتقاد از دیدگاه‌های گسترده‌ای از بازاریابی و عملیات تجاری در صنعت ورزش اقتصادهای در حال رشد است. بررسی جامع ادبیات روش تحقیق اولیه برای معرفی سؤالات بحرانی زیر بود: "چالش‌های عمده در صنعت ورزش کشورهای در حال توسعه در محیط بازار جهانی چیست و چه کاری باید انجام شود؟" هفت مقاله براساس مشارکت نظری و عملی آنها انتخاب شده است. این مسأله 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 نظریه‌ها و جستجوی راه حل‌ها 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 به عنوان صنعت یاد می‌کنند و آن را برای پیشبرد اهداف اقتصادی خود استفاده می‌کنند، در ایران همچنان به عنوان سرگرمی به آن نگریسته می‌شود. در راستای سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴، دست یافتن به جایگاه نخست اقتصادی، علمی و فناوری؛ با تأکید بر جنبش نرم افزاری 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 نماید.

بنابراین برای حرکت هدفمند، نظام‌مند و اثربخش در جهت توسعه اقتصادی صنعت ورزش باید پژوهش از این دست با رویکرد کلاس جهانی را سرلوحه تصمیمات این صنعت قرار داد. با در نظر گرفتن موارد مذکور، امید است نتایج پژوهش حاضر بتواند عوامل اثرگذار جهت توسعه اقتصادی صنعت ورزش را با رویکرد کلاس جهانی به خوبی تبیین نموده و بتواند راهکارهایی را به سیاستگذاران و برنامه‌ریزان 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، اقتصاددانان، مدیران ورزشی، اعضا هیأت علمی بازاریابی ورزشی و مدیریت صنعتی است.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، توسعه‌ای کاربردی و از نظر روش‌شناسی در گروه پژوهش‌های کیفی جای می‌گیرد. در مطالعه حاضر به منظور بررسی جامع‌نگر موضوع، جامعه آماری پژوهش شامل تعدادی از مصاحبه‌های این تحقیق با متخصصان، اقتصاددانان، اعضا هیأت علمی حوزه بازاریابی ورزشی، مدیریت صنعتی باگرایش تولید در کلاس جهانی، مدیران حوزه ورزشی به شناسایی عوامل مؤثر 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 شد، فرآیند جمع‌آوری اطلاعات نیز متوقف شد. نمونه‌گیری نظری یک روش نمونه‌گیری غیرتصادفی 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. نمونه‌گیری هدفمند به روش گلوله برفی روش مناسبی برای انتخاب مشارکت‌کنندگان است. هر مصاحبه عمیق به طور میانگین ۳۰ تا ۷۰ دقیقه به طول انجامید. مصاحبه با این سؤال باز: به نظر شما آیا صنعت ورزش ایران در داخل کشور قابلیت رقابت داخلی، منطقه‌ای، بین‌المللی، 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 صاحب‌نظران استفاده شد. روایی صوری و محتوایی پرسش‌های مصاحبه توسط ۵ نفر از متخصصان تأیید شد. پژوهش به شیوه نظریه زمینه‌ای^{۱۴} (داده بنیاد) و بر رهیافت طرح‌های پژوهشی شیوه نوخاسته انجام شد که به وسیله آن با استفاده از یک دسته داده‌ها، 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 داده بنیاد 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 داده بنیاد تأکید 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

صنعت ورزش با رویکرد کلاس جهانی در نرم افزار ترسیم شده. جهت ممیزی تحقیق کیفی حاضر (معادل روایی و پایایی تحقیق کمی) فعالیت های زیر صورت گرفت:

همچنین براساس معیارهای ارائه شده توسط کرسول و میلر، ۲۰۰۰، برای حصول از اطمینان از اعتمادپذیری و انتقال پذیری (روایی) پژوهش اقدامات زیر انجام شد:

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

مشارکتی بودن پژوهش به طور هم‌زمان از مشارکت کنندگان در تحلیل و تفسیر داده ها کمک گرفته شد.

جهت تأیید اتکاپذیری (پایایی) پژوهش از روش‌های زیر بهره گرفته شد:

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

استفاده از نرم افزارهای تحلیل کیفی: کرسول یکی از راه های رسیدن به پایایی در پژوهش کیفی را استفاده از نرم افزارهای تحلیل داده‌های کیفی می‌داند که بدین منظور پژوهشگر از نرم افزار **Nvivo10** استفاده کرد.

کدگذاری مجدد توسط محقق دیگر: ۱۰ درصد از کلیه کدگذاری‌های انجام شده 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^{۲۴}، ۲۰۰۰).

یافته‌ها

در نمودار ۱ فراوانی مصاحبه شوندگان به تفکیک رتبه علمی و سابقه مدیریت هر یک از آنها نشان داده شده است. با استناد به خروجی سه بعدی نرم افزار، ۱۰ نفر از نمونه‌های مطالعه شده دانشیار، ۳ نفر استاد، ۱ نفر استادیار و ۱ نفر دانشجوی دکتری بودند. بالاترین فراوانی مربوط به مصاحبه شوندگان با رتبه علمی دانشیار با سابقه ۲۰ سال می باشد.

در پژوهش چه چیز مورد بررسی قرار می‌گیرد (استراوس و کوربین^{۱۷}، ۱۳۹۱).

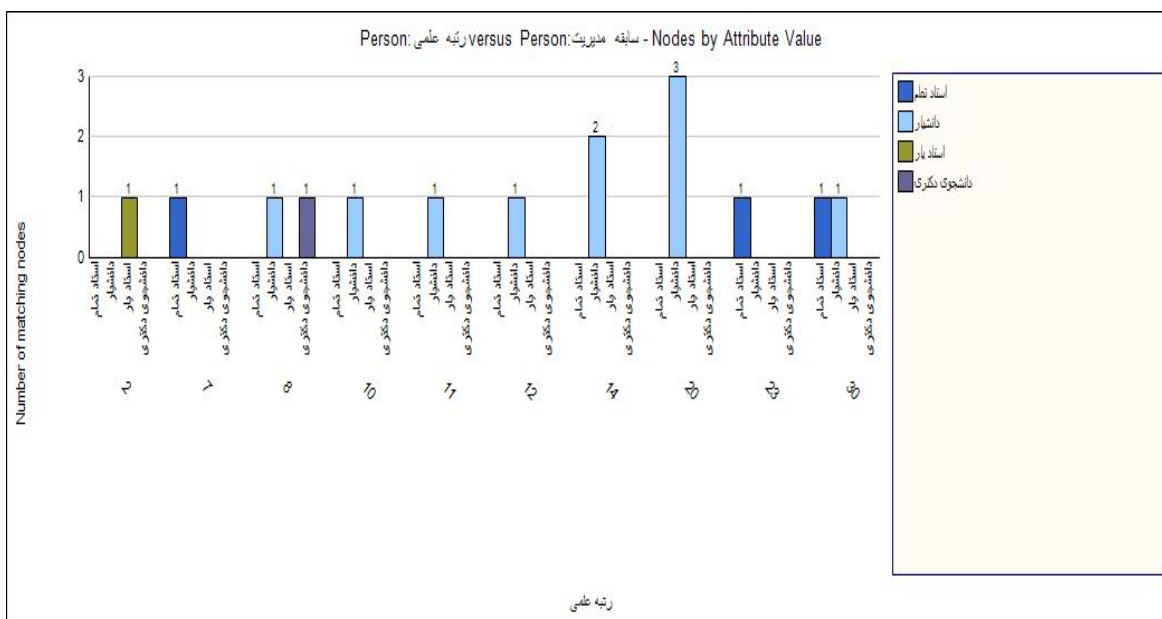
مرحل تحلیل داده‌ها از طریق کدگذاری باز^{۱۸}، کدگذاری محوری^{۱۹} و کدگذاری گزینشی^{۲۰} بود (گلنزر^{۲۱}، ۲۰۰۱). محبوبیت این روش عمدتاً به دلیل دستورالعمل‌های روشن آن است. کدگذاری باز فرآیندی تحلیلی است که به وسیله آن مفهومی‌ها شناسایی شده و ویژگی‌ها و ابعاد آن‌ها در داده‌ها کشف می‌شوند. کدگذاری محوری فرآیند مرتبط کردن مقوله‌های فرعی است. در کدگذاری گزینشی نیز یکپارچه کردن و پالایش نظریه صورت می‌گیرد. هدف از جمع آوری 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 فرآیند 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 نرم افزارهای کیفی استفاده شود (موریس و ریچارد^{۲۲}، ۲۰۱۲). نرم افزارهای رایانه‌ای، پایایی و دقت فرآیند کدگذاری را در تحلیل محتوا افزایش می‌دهند. NVivo10 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 نرم افزار Word تایپ شد. با فراخوانی فایل‌ها در محیط نرم افزار، کدگذاری مصاحبه‌ها انجام شد. سپس، کدهای تولید شده در گام قبلی، به روشی جدید و با هدف ایجاد ارتباط میان کدها بازنویسی شدند و گروه‌ها و کدگذاری گزینشی ایجاد شد. پس از تکمیل فرآیند کدگذاری، تمام استدلال‌های مطرح شده در مطالعات مرتبط استخراج شدند (عظمی و سلفی^{۲۳}، ۲۰۱۲).

در نهایت با ایجاد رابطه میان کدها، مدل توسعه اقتصادی

22 Morse & Richard
23 Azeem & Salfi
24 Miller & Creswell

17 Strauss and Corbin
18 open coding
19 axial coding
20 selective coding
21 Glaser



نمودار ۱. فراوانی کدهای مصاحبه شوندگان، به تفکیک رتبه علمی و سابقه مدیریت

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، در کد گزینشی توسعه اقتصادی صنعت ورزش طبقه توسعه رسانه‌ای بالاترین فراوانی و تعداد ارجاعات را به خود اختصاص داده (به ترتیب ۱۴ و ۱۹) که گویای اهمیت این چالش است. در کد گزینشی تولید در کلاس جهانی طبقه حداقل هزینه بالاترین فراوانی و تعداد ارجاعات را به خود اختصاص داده (به ترتیب ۱۵ و ۲۹) است. یعنی مفهوم کاهش هزینه در تولیدات ورزشی از سوی ۱۵ نفر از مصاحبه شونده‌ها، 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 شونده‌ها، ۱۷ بار مورد اشاره قرار گرفت.

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 نرم افزار 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 پیش 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 مقوله هسته (اصلی) به‌طور منظم و ارتباط دادن آن با سایر مقوله‌ها،

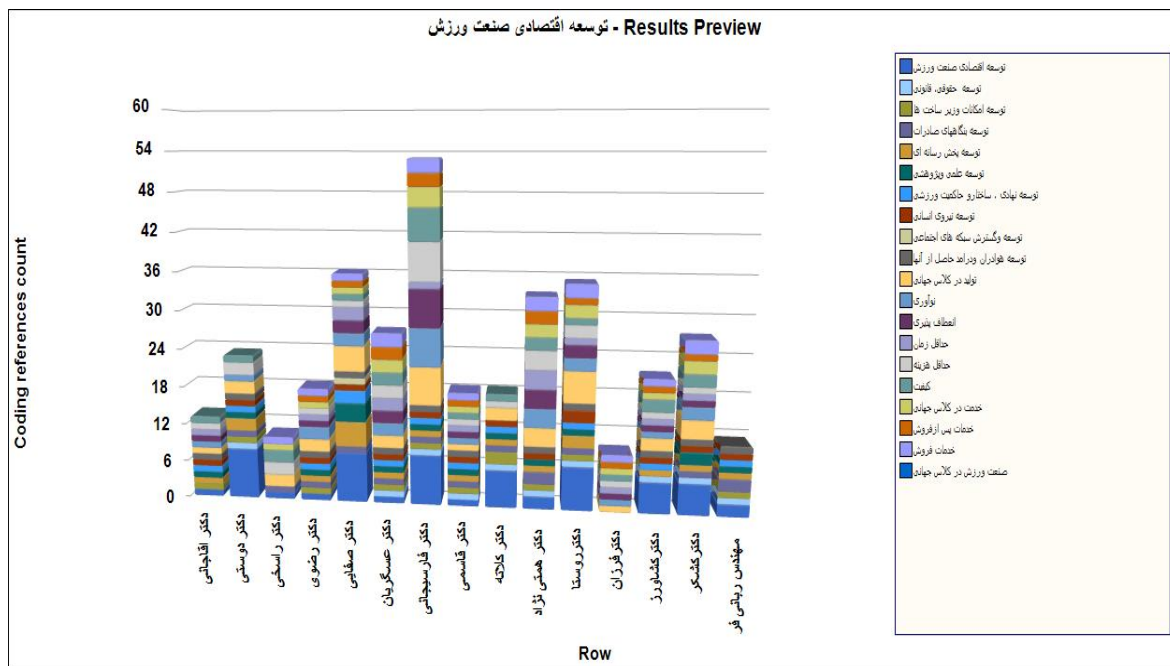
جدول ۲. تحلیل ادراکی کدهای استخراج شده از مصاحبه‌ها

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 دخالت‌های بیش از حد دولت در امور اداره نهادهای ورزشی کشور		
		محدود بودن تعداد باشگاه‌های حرفه‌ای در کشور		
		کمبود نهادهای حمایتی سازمان یافته هواداری در صنعت ورزش		
		توجه اندک باشگاه‌های حرفه‌ای به موضوع رشد و توسعه ورزش در سطوح پایه		
۱۴	۱۹	توسعه نظام باشگاه‌داری حرفه‌ای در ورزش کشور	توسعه رسانه‌ای	
		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 سیما جمهوری اسلامی ایران و تلاش در جهت ایجاد شبکه‌های خصوصی		
۱۴	۱۷	تلاش در جهت خصوصی سازی باشگاه‌های ورزشی	توسعه علمی - پژوهشی	
		ایجاد تقاضای خرید و رقابت شبکه‌های کابلی خارجی برای اخذ مجوز حق پخش تلویزیونی مسابقات ایران		
		توجه به موضوعات مرتبط با شاخص‌های اصلی اقتصاد ورزش در پایان نامه‌های تحصیلات تکمیلی دانشگاه‌ها		
۱۴	۱۴	توجه به موضوعات مرتبط با اقتصاد ورزش در پژوهش‌های مراکز پژوهشی کشور	توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن	
		افزایش همکاری پژوهشگران حوزه مدیریت ورزش با سایر رشته‌های مرتبط با موضوع نظیر اقتصاد، مدیریت مالی، صنعتی، بازاریابی و ... در قالب پروژه های پژوهشی مشترک		
		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 استادبوم های محل برگزاری مسابقات ورزشی		
۱۵	۱۶	مدیریت مناسب فرآیند برگزاری مسابقات ورزشی	توسعه نیروی انسانی	توسعه اقتصادی صنعت ورزش
		حضور همه طیف‌ها از طبقات اجتماعی و امکان حضور بانوان در همه رشته‌های ورزشی		
		توسعه مدیریت و رویه‌های مناسب جذب، حفظ و توسعه هواداران		
		ثبات در مدیریت‌ها در سطوح مختلف ورزش کشور		
۱۲	۱۳	استفاده از مدیران خلاق و تخصص‌های تجاری و درآمدزایی در سطوح مختلف ورزش کشور	توسعه امکانات و زیرساخت ورزشی	
		سرمايه گذاری صنعت ورزش کشور در زمینه رشد و توسعه بازیکنان در سطوح پایه		
		بهره گیری از دوره‌های آموزشی و دانش افزایی به منظور ارتقاء سطح دانش تجاری و بازاریابی مدیران ورزشی		
		برقراری معیارهای ویژه نیروی انسانی برای باشگاه‌های حرفه‌ای و ارزیابی باشگاه‌ها براساس آن		
۱۰	۱۰	عزم و پیگیری دولت و مجلس برای ایجاد و بهینه سازی زیر ساخت‌ها 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 استادبوم‌های کشور		
		میزبانی رویدادهای بزرگ بین‌المللی		
۱۴	۱۷	مشخص شدن ماهیت حقوقی واقعی باشگاه‌های حرفه‌ای 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		
		بهره‌گیری 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 و گسترش شبکه‌های اجتماعی	
		افزایش بنگاه‌های صادراتی تولیدات ورزشی دوتایی		
		افزایش بنگاه‌های صادراتی تولیدات ورزشی خصوصی		
۱۶	۱۳۰	افزایش شبکه‌های اجتماعی تخصصی توسعه تولیدات ورزشی	توسعه اقتصادی صنعت ورزش	
		افزایش شبکه‌های اجتماعی آموزشی بازاریابی جهت توسعه صادرات تولیدات ورزشی		
۱۳	۴۹	توسعه شبکه‌های اجتماعی بازاریابی آنلاین فروش جهت توسعه صادرات تولیدات ورزشی	تولید در کلاس جهانی	
		جمع		
		پیش قدم بودن نسبت به رقیب برای معرفی کالاها و خدمات ورزشی جدید		
		استفاده از تکنولوژی ماشین آلات تولیدات ورزشی به روز		
		سرمايه گذاری های آینده در روش های جدید تولید		
تشویق و استقبال از ایده‌ها و طرح‌های تولیدات ورزشی و ابتکار عمل‌های افراد				
۱۲	۲۳	کدبندی درس‌های آموخته شده در پایان پروژه‌های نوآوری تولیدات ورزشی	انعطاف پذیری	
		استفاده از شاخص‌های عملکرد کلیدی جهت نظارت به فرایند نوآوری تولیدات ورزشی		

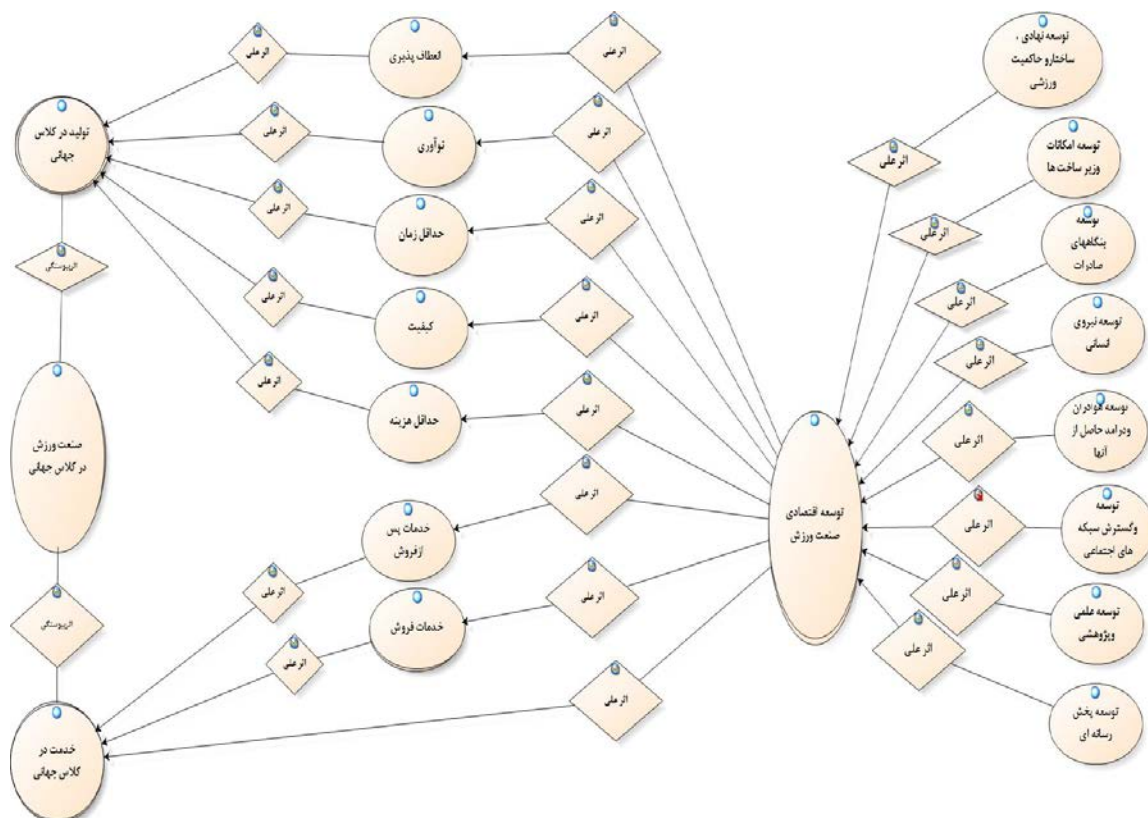
منبع	تعداد ارجاع	کد گذاری باز	کدگذاری محوری	کدگذاری گزینشی
		قابلیت تولید محصولات مختلف ورزشی در یک خط تولید مشترک قابلیت انعطاف سلول‌های تولیدی در تولیدات ورزشی ایجاد قابلیت خودکار سازی و اتوماسیون منعطف در تولیدات ورزشی کاهش موجودی انبار کاهش موجودی قطعات و محصولات نیم سوخته تولیدات ورزشی استاندارد کردن آسان تر اجزا فرعی تولیدات ورزشی		
	۱۲	۱۷	حداقل زمان	
		کاهش زمان‌های تأخیر تولیدات ورزشی کاهش زمان طراحی و توسعه محصول جدید کاهش زمان‌های تنظیم و آماده‌سازی ماشین آلات مخصوص تولیدات ورزشی کاهش زمان تغییرات مهندسی		
	۱۵	۲۹	حداقل هزینه	
		کاهش هزینه هر واحد تولیدی محصولات ورزشی کاهش هزینه و دستمزد مستقیم کاهش هزینه‌های سربار کاهش هزینه مواد اولیه قیمت گذاری رقابتی کاهش هزینه حمل و نقل مواد و قطعات کاهش هزینه‌های مهندسی طراحی برچسب گذاری قیمت‌ها		
	۱۴	۲۶	کیفیت	
		ارائه 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 براساس 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		
	۱۵	۱۲۴	تولید در کلاس جهانی	
		جمع		
	۱۱	۱۴	خدمات پس از فروش	
		تعهدات تحول محصولات ورزشی مطمئن تر ارائه خدمات پس فروش به موقع، مداوم و پیگیر استفاد ه از روش‌های به‌روز در ارائه خدمات فروش و پس فروش ارائه خدمات گارانتی و ضمانت		
	۱۲	۱۷	خدمات فروش	خدمت در کلاس جهانی
		پایگاه‌های داده‌های در دسترس برای فروشندگان تولیدات ورزشی ردیابی ساده وضعیت سفارش محصولات ورزشی ارائه محصولات ورزشی براساس سفارش محصول تأیید سریع تاریخ تحویل و زمان تحویل مطمئن و به موقع		
	۱۲	۳۱	خدمت در کلاس جهانی	
		جمع		
	۱۷	۴۴۱	صنعت ورزش در کلاس جهانی	
		جمع		

بالا ترین فراوانی و ارجاعات مربوط به مصاحبه شونده فارسیجانی می باشد.

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



نمودار ۳. فراوانی کدهای مدل براساس ارجاعات و منابع هرمصاحبه شونده



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

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

در نهایت با توجه به قابلیت نرم افزار NVivo10 در مدل‌سازی، میان کدها و طبقه‌های استخراج شده از سوی پژوهشگران، روابط منطقی برقرار و مدل مفهومی مطابق

در کلاس جهانی شرکت‌ها را قادر می‌سازد که به‌طور 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 دست یافتن 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 یافته 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 به‌طور معمول زمینه برای کاهش هزینه‌های دولت و یا کسری بودجه‌های لجام گسیخته 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 از این است که توسعه و افزایش منابع مالی در ورزش بر اثر تعامل با رسانه‌های گروهی است و اقتصاد و ورزش به مدد گسترش رسانه‌ها، با یکدیگر تعامل داشته و سبب تجاری شدن ورزش می‌گردند. این یافته با یافته پژوهش حاضر همخوانی دارد. یافته دیگر پژوهش توسعه علمی - پژوهشی می‌باشد از آنجایی که دانش و فناوری از مهم‌ترین ارکان توسعه صنعتی و توسعه اقتصادی کشورها به‌شمار می‌آید و اقتصادهای پایدار، عمدتاً بر پایه دانش پایه ریزی شده‌اند، توجه به این مهم در حوزه صنایع، معادن و تجارت کشورمان به خصوص صنعت ورزش حائز اهمیت

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 اثر پیوستگی بر روی عوامل تولید و عوامل خدمت 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، اقتصاددانان، اعضاء هیأت 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 اثرگذار وجود دارد و در نهایت مدل کیفی ذکر شده مطلوب می‌باشد.

در تبیین یافته‌های فوق می‌توان گفت: گسترش رقابت جهانی و افزایش روز افزون رقبا موجب افزایش فشار به تولیدکنندگان در جهت بهبود عملکردشان به‌منظور 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

مقایسه کشورهای پیشرفته درمی‌یابیم که علت پیشرفت و توسعه کشورها، داشتن نیروی انسانی کارا و توانمند است. اگر جامعه‌ای از این نعمت برخوردار نباشد به‌طور یقین نمی‌تواند به‌هدف مورد نظر خود دست یابد.

بنابراین وجود نیروی انسانی اثربخش یکی از ضرورت‌های پیشرفت و توسعه هر کشوری است. با توجه به اهداف نظام جمهوری اسلامی بر اساس سند چشم‌انداز بیست‌ساله و سیاست‌های اصل ۴۴ تغییر ساختار نیروی انسانی ضروری است. تحقق اهداف سند چشم‌انداز بیست‌ساله زمانی دست‌یافتنی خواهد بود که منابع انسانی تربیت شده داشته باشیم. زمینه‌سازی برای پرورش نیروی‌های خلاق، واگذاری نقش‌های عملیاتی به سازمان‌ها و کاهش تصدی‌گری دولت در این زمینه و در نتیجه فراهم‌سازی بستر مناسب برای ایجاد سازمان‌های دارای کلاس جهانی برای کسب آمادگی بیشتر برای ایفای نقش مؤثرتر در اقتصاد جهان، توصیه‌های مؤکدی است که در تنظیم محتوای برنامه ششم توسعه در بخش صنعت ورزش مورد انتظار است. بدون شک عامل توسعه سازمان‌های مبتکر در اختیار داشتن منابع انسانی خلاق است که می‌تواند در سایه مدیریتی هوشمند، سازمان فراگیرنده، ساختارهای انعطاف‌پذیر امکان‌پاسخگویی به نیازهای داخلی ورود به صحنه جهانی را فراهم آورد. این یافته با بخشی از نتایج تحقیق خداداد کاشی و کریم نیا (۱۳۹۵) همخوانی دارد.

یکی دیگر از یافته‌های پژوهش بیان می‌کند 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 بهینه‌سازی زیرساخت‌ها و امکانات مورد نیاز ورزش کشور و رعایت استانداردهای ویژه ساخت و ساز و بازسازی اماکن ورزشی کشور در حد سازمان‌های کلاس جهانی می‌باشد.

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 به‌خصوص حوزه تولیدات ورزشی جهت ورود به سازمان کلاس جهانی توصیه می‌شود. بی‌شک مسیر توسعه به سر منزل مقصود نمی‌رسد مگر آنکه راه روشنی را مستمر و به‌طور منظم

است. که تا پیش از دولت یازدهم، مغفول مانده و به گونه‌ای نظام‌مند و منسجم دنبال نمی‌شد.

کارشناسان معتقدند، بی‌توجهی به امر تحقیق و توسعه در صنایع، یکی از دلایل اصلی رکود، بی‌رونقی و نداشتن توان رقابت واحدهای صنعتی به ویژه در بازارهای بین‌المللی است و طبیعتاً صنایعی که نتوانند تغییرات دنیا را تشخیص داده و آموزش‌های 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 نشان‌دار، طی سالیان اخیر نشانگر غفلت این واحدها از شتاب روزافزون تکنولوژی‌های روز و نداشتن ایده‌های خلاقانه به‌منظور جلب رضایت مشتری و فروش بیشتر است. در نتیجه گسترش و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان ورزشی می‌تواند در رسیدن به هدف توسعه اقتصادی صنعت ورزش با رویکرد کلاس جهانی منشاء اثر باشند.

عامل اثرگذار دیگر بر توسعه اقتصادی صنعت ورزش توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن می‌باشد. یافته فوق با بیان این مثال روشن‌تر خواهد شد. در واقع فوتبال امروزی هواداران کلیدی‌ترین نقش را در پیشرفت تیم‌های ملی و باشگاه‌ها ایفا می‌کنند. هواداران، به ورزش، تیم یا ورزشکاری خاص علاقه‌مندند و امور مربوط به آن را دنبال می‌کنند. 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 بی‌شمار است که به عنوان مصرف‌کننده کالاها و مختلف، مخاطب و مشتری بنگاه‌های اقتصادی و تجاری هستند. بنابراین، فوتبال در کشورهایی بیشتر رشد می‌کند 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 برنامه‌ریزی‌های راهبردی برای جذب بیشتر هواداران و حمایت افزون‌تر 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 درحوزه صنعت ورزش از دیگر یافته‌های این پژوهش است در تبیین این عامل اثرگذار بر صنعت ورزش در کلاس جهانی می‌توان گفت: سازمان‌ها برای بقا ملزم به استفاده از پتانسیل و شایستگی‌های کارکنان خود برای کسب مزیت رقابتی می‌باشند. با نگاهی تطبیقی به کشورهای جهان و

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 مسأله 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 مسأله 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 مؤثری 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 برنامه‌ریزی‌های اقتصادی صنعت ورزش باشد.

طی کند . عامل علی اثرگذار 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 مثر و ثمر واقع شود.

مصاحبه‌کنندگان پژوهش توسعه بنگاه‌های صادرات تولیدات ورزشی مؤثر بر صنعت ورزش در کلاس جهانی می‌دانند که هر چه بنگاه‌های صادراتی تولیدات ورزشی دولتی، خصوصی، شبکه‌ای و در کشورهای مختلف و تخصصی برای رشته‌های مختلف ورزشی بیشتر توسعه و رشد داشته باشد بالتبع مزیت رقابتی زیادتری به دست می‌آید. بی‌شک مزیت رقابتی چیزی نیست جز، وضعیتی که یک بنگاه را قادر می‌سازد، با کارایی بالاتر و به‌کارگیری روش‌های برتر، محصول با کیفیت بالاتر عرضه نماید و در رقابت با رقیب 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) همخوان می‌باشد. لازم به تأکید 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 بستر برای رقابت در کلاس جهانی است. بی‌شک هر کشوری بر پایه شاخص‌های ارزشی که دارد باید برای تولید داخلی و ملی خویش ارزش قایل باشد و به آن ارزش بدهد نظر به این‌که 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

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 Maglingen 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.