

Sport Management Studies

Sport Sciences Research Institute of Iran

Oct-Nov 2023/ Vol. 15/ No. 80/ Pages 59-74

Phenomenological Analysis of the Factors Affecting the Successful Export of Iranian Sports Goods

Rayhaneh Salehniya¹, Hosein Bakhshandeh^{2*} , Mina Hakakzadeh³

1. PhD Student in Sports Management, Islamic Azad University, Kerman Branch, Kerman, Iran
2. Assistant Professor, Department of Physical Education, Faculty of Literature and Humanities, Vali-E-Asr University, Rafsanjan, Iran
3. Department of Physical Education, Kerman Branch, Islamic Azad University, Kerman, Iran

Received: 2021/08/31

Accepted: 2022/04/25

Salehniya, R; Bakhshandeh, H; & Hakakzadeh, M; (2023). Phenomenological Analysis of the Factors Affecting the Successful Export of Iranian Sports Goods. *Sport Management Studies*, 15(79), 59-74. In Persian. DOI: 10.22089/SMRJ.2022.11249.3475

Abstract

The present study was conducted with the aim of phenomenological analysis of the factors affecting the success of exporting Iranian sports goods. The present study was a qualitative research (i.e., phenomenological) that was conducted in the field. Participants in the present study included individuals who were active in exporting sporting goods. Participants in this study were sampled using purposive sampling with homogeneous sampling approach and at the same time with maximum diversity. This issue was formed until the theoretical saturation was reached. Finally, 13 interviews were conducted in this regard. The data collection tool in the present study was a semi-structured interview. Thematic analysis was used to analyze the data. The results showed that there are 6 main themes and 32 sub-themes. According to the results of the present study, the factors affecting the success of the export of Iranian sports goods were in 6 sectors, including human, economic, commercial, technical, legal and financial aspects. In other words, paying attention to the identified factors can provide the basis for the success of the export of Iranian sports goods.

Keywords: Export, Trade, Business, Economy

* Corresponding Author: Hossein Bakhshandeh, Tel: 09138910198,
E-mail: bakhshandeh_h@yahoo.com, <https://orcid.org/0000-0002-5205-0013>



Copyright: © 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Extended Abstract

Background and Purpose

The aim of the current study was phenomenological analysis of the factors affecting successful export of Iranian sports goods. Today, export is an important pillar of economics which has led to business interactions between different individuals and groups. Export development has been considered as one of the crucial concerns of the governments (1). Among the forms of export, "non-oil export" has been seriously propounded as a major issue (2). Accordingly, the activity of non-oil exports should grow significantly and make the countries out of a mono-product economy. Strengthening the national economy must be done by valuing non-oil exports and developing such exports. There is no doubt that an economy based on a single product is more at risk of economic crises and will be more vulnerable (3).

Methodology

The present study was qualitative research which done using phenomenological method. "Phenomenology" focuses on the real experiences of individuals, and it is believed that essences of these experiences can be understood and studied. The participants of the current study were selected among persons who actively involved in the export of Iranian sports goods, had a business card and more than 5 years of specific experience. Therefore, the participants were selected using purposive sampling with a homogeneous approach with maximum diversity (among the persons who referred to the Tehran Chamber of Commerce). This issue was formed until the theoretical saturation reached and finally 13 interviews were conducted. The data collection tool in the present study was a semi-structured interview whose validity assessed by credibility, transferability and verification items. For this purpose, the credibility was checked by eight experts; also two coders codified several interview samples to ensure the same views of the coders. In addition, to assess transferability, the research findings were consulted by three experts who were not participated in the study. Also, to check the verification, all interviews were recorded and reviewed when required. Specialized committees members evaluated the reliability as well as did parallel coding of some interviews, evaluation and related plans of the interviews. In order to analyze qualitative data, thematic analysis was used. Thematic analysis is one of the most efficient methods in qualitative data analysis, especially in phenomenological research. During this analysis, the main and secondary themes of the research objectives were identified.

Findings

The descriptive results of the study showed that the research samples included 76.9% male and 23.1% female. It was also found that people in the age group of 35-50 years had the highest frequency (61.5%). According to interviews analysis results, 6 main themes and 32 sub-themes were extracted. Then explanations were provided in this regard. Human aspects play an important role in shaping human wealth in order to develop the export of Iranian sports goods. "My experience has shown that export is a technical issue and someone should work in this field who has a strong technical force. Undoubtedly, human resources play an important role in improving the export of Iranian sports goods" (Participant No. 1). "Exports are a specialized issue. It has been very common for me that human intermediaries have been able to facilitate the export process. Human intermediaries have an important role to play in facilitating exports" (Contributor 6). "In order to improve the human system in exports, evaluations must be done continuously. Exports are a key issue that has various changes and it is necessary for human resources to have sufficient information about these changes. Therefore,

the human system must be evaluated properly. "(Participant No. 8). According to the results of the present study, the six main themes affecting the success of the export of Iranian sports goods included human, economic, commercial, technical, legal and financial aspects. In other words, paying attention to the identified factors can provide the basis for the success of the export of Iranian sports goods. Furthermore, in human aspect of main theme, six sub-themes comprised specialized and export-oriented workforce, creating human intermediaries, training and improving human skills, continuous assessment of technical knowledge of the workforce in the sports industry, creating support for senior managers in the field of sports exports and promoting the efforts of human resources in the sports industry.

Conclusion

According to the results, there are 6 main themes and 32 sub-themes which affect the success of the export of Iranian sports goods. The six main themes included human, economic, commercial, technical, legal and financial factors. Qiu et al. (2013) found that paying attention to commercial theme can improve exports and respond to environmental economic needs. Undoubtedly, commercial theme in Iran, especially in the field of sports, is of greater importance which can provide international interactions of sports companies with neighboring countries (4). On the other hand, despite international sanctions, commercial agents can connect with foreign business partners in the Iranian sports industry. This has made the commercial theme as a crucial factor in the formation of a positive trend to improve the export of sports goods.

Concluding, it is suggested to measure the technical knowledge of the workforce in the sports industry regularly and employ specialized and educated people in export field for providing the foundation of Iranian sports goods exports. Furthermore, it is suggested that in accordance with domestic and foreign laws in the field of exports, provided the base for reducing legal and regulatory inconsistencies in this regard. In addition, it is recommended to use e-commerce in the industry and create unique features in Iranian sports goods which provide the base for the introduction of Iranian sports goods in the international arena.

Keywords: Export, Trade, Business, Economy

Reference

1. Gudkova, S. A., Glukhova, L. V., Yakusheva, T. S., Korneeva, E. N., Burenkova, D. Y., & Treshina, I. V. (2021). Modern Approach for Strategic Development of Smart Universities: Digitalization and Knowledge Export. In *Smart Education and e-Learning 2021* (pp. 327-337). Springer, Singapore.
2. Kadochnikov, S. M., & Fedyunina, A. A. (2017). The impact of financial and human resources on the export performance of Russian firms. *Economic Systems*, 41(1), 41-51.
3. Rangraz, M. (2014). Systematic study of the system of imports and exports in Iran for industrial goods Case study of import and export of metal industries . Department of Industrial Engineering, Urmia University Campus, Urmia University of Technology (Master Thesis in Economics and Social Systems): 105. (Persian)
4. Qiu, Y. H., Luo, X. J., & Liu, Y. Q. (2013). The Influences of Sports Consumption on Expanding Domestic Needs and Its Function of Promoting Economic Growth. In *The 19th International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management* (pp. 313-319). Springer, Berlin, Heidelberg.

مطالعات مدیریت ورزشی

پژوهشگاه تربیت بدنی

مهر و آبان ۱۴۰۲، دوره ۱۵، شماره ۸۰، صفحه‌های ۷۴-۵۹

واکاوی پدیدارشناختی عوامل مؤثر بر موفقیت صادرات کالاهای ورزشی ایرانی

ریحانه صالح‌نیا^۱، حسین بخشنده^{۲*}، مینا حکاک‌زاده^۳

- دانشجوی دکتری گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان، کرمان، ایران
- استادیار مدیریت ورزشی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ولی‌عصر (ع)، رفسنجان، ایران (نویسنده مسئول)
- گروه تربیت‌بدنی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران

Salehniya, R; Bakhshandeh, H; & Hakakzadeh, M; (2023). Phenomenological Analysis of the Factors Affecting the Successful Export of Iranian Sports Goods. Sport Management Studies, 15(79), 59-74. In Persian. DOI: 10.22089/SMRJ.2022.11249.3475

دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۶/۰۹

پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۰۲/۰۵

چکیده

تحقیق حاضر با هدف واکاوی پدیدارشناختی عوامل مؤثر بر موفقیت صادرات کالاهای ورزشی ایرانی طراحی و اجرا شد. این تحقیق از جمله تحقیقات کیفی بود که به صورت میدانی اجرایی شد. روش کیفی استفاده‌شده از نوع پدیدارشناسی بود. مشارکت‌کنندگان افرادی بودند که در حوزه صادرات کالاهای ورزشی فعال بودند و با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند، با رویکرد انتخاب نمونه‌گیری همگون و درعین‌حال با رعایت حداکثر تنوع نمونه‌گیری شدند. این مسئله تا رسیدن به اشباع نظری شکل گرفت. درنهایت، ۱۳ مصاحبه انجام شد. ابزار گردآوری اطلاعات، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بود. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از تحلیل موضوعی استفاده شد. نتایج نشان داد که شش مضمون اصلی و ۳۲ مضمون فرعی وجود دارد. با توجه به نتایج تحقیق، عوامل مؤثر بر موفقیت صادرات کالاهای ورزشی ایرانی در شش بخش شامل جنبه‌های انسانی، اقتصادی، تجاری، فنی، حقوقی و مالی مشخص شد؛ به‌عبارتی توجه به عوامل شناسایی‌شده می‌تواند زمینه را برای موفقیت صادرات کالاهای ورزشی ایرانی فراهم کند.

واژگان کلیدی: صادرات، تجارت، کسب‌وکار، اقتصاد.

* Corresponding Author: Hossein Bakhshandeh, Tel: 09138910198,
E-mail: bakhshandeh_h@yahoo.com, <https://orcid.org/0000-0002-5205-0013>



Copyright: © 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

مقدمه

امروز صادرات یکی از ارکان مهم در عرصه‌های اقتصادی است و باعث ایجاد تعاملات تجاری میان افراد و گروه‌های مختلفی شده است. توسعه صادرات به‌عنوان یکی از نگرانی‌ها و دغدغه‌ها به‌طور جدی مدنظر دولت‌های مختلف قرار گرفته و باعث شده است تا تلاش‌هایی از سوی دولت‌ها در این باره شکل گیرد (گودکووا^۱ و همکاران، ۲۰۲۱، ۳۲۷). در میان شکل‌های صادرات، صادرات غیرنفتی به‌عنوان موضوعی مهم مدنظر قرار گرفته است (انگوبین و سوآ، ۲۰۲۱، ۵)؛ بر این اساس، فعالیت صادرات غیرنفتی در هر کشور باید رشد چشمگیری داشته باشد و کشور را از حالت اقتصاد تک‌محصولی درآورد. تقویت اقتصاد ملی باید از طریق بهادادن به صادرات غیرنفتی و توسعه این دست از صادرات انجام گیرد. شکی نیست، کشوری که اقتصاد آن بر محور تک‌محصولی باشد، در تحولات اقتصادی یا بحران‌های اقتصادی بیشتر در معرض خطر است و در این بحران‌ها و تحولات ضربه‌پذیرتر خواهد بود. توجه به صادرات غیرنفتی و توسعه این بخش‌ها امری مهم است که می‌تواند کشور را در جریان تحولات و بحران‌های مختلف و ابتلا به بیماری اقتصادی نجات دهد؛ چراکه وابستگی به درآمدهای نفتی در بسیاری از کشورها همچون شمشیر دو دم عمل می‌کند؛ به‌طوری‌که اتکا به درآمدهای نفتی و تداوم این رویکرد موجب ناپایداری در بهبود شاخص‌ها و نوسان در رشد اقتصادی خواهد شد؛ به‌گونه‌ای که کاهش قیمت نفت به‌عنوان اصلی‌ترین منبع درآمد دولت بسیاری از سیاست‌ها و برنامه‌های پیش‌بینی‌شده را در معرض تعطیلی یا تأخیر قرار می‌دهد (رنگرز، ۲۰۱۴، ۴۲). در بیشتر کشورهای جهان به بخش صادرات اهمیت خاصی داده شده و از آن به‌عنوان موتور محرک سایر بخش‌ها نام برده می‌شود. این سیاست معمولاً به‌عنوان سیاست صادرات‌محور شناخته می‌شود. به‌طور کلی، کشورهای در حال توسعه از نظر ساختار اقتصادی دارای ویژگی‌های مشترک هستند؛ به‌عنوان مثال می‌توان نوع تولید در این کشورها را نام برد (سیرگار^۲، ۲۰۱۱، ۳). تجارت بین‌الملل به‌عنوان موضوعی مهم به‌صورت جدی مدنظر دولت‌ها قرار گرفته است (لوکایانووا^۳ و همکاران، ۲۰۲۱، ۸۴۶). تلاش برای توسعه تجارت بین‌الملل باعث بروز راهکارهایی در جهت توسعه کسب‌وکارها شده است (ویتیک و ماریچنکو^۴، ۲۰۲۱، ۵). امروزه تجارت بین‌الملل به نحو گسترده‌ای در دستور کار تمام کشورها قرار گرفته است. همچنین رشد بسیار زیاد تجارت کالا و خدمات و نیز سرمایه‌گذاری‌های خارجی، نقش این عوامل را در رشد اقتصادی کشورها فوق‌العاده افزایش داده است. از جمله مصادیق تجارت می‌توان به بازار ورزش اشاره کرد. بازار کالای ورزشی نشان‌دهنده بخش فیزیکی اقتصاد و صنعت ورزش است. این بازارها به رخداد سایر بازارها مثل شوک‌های ارزی حساسیت دارند و هر رویداد درخور توجهی قیمت‌های این بازارها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. این اثرات سبب تغییرات سود و زیان در بازارهای هدف می‌شود. با توجه به تنوع گروه کالاهای ورزشی، با داشتن مزیت نسبی کشور در برخی گروه‌بندی‌ها، انتظار می‌رود با وجود قانون رقابتی و آزادی ورود و خروج به این بازارها، روند سرمایه‌گذاری در این گروه‌ها افزایش یابد و به دنبال هجوم سرمایه‌گذاری در این بازار کالای وارداتی، نرخ رشد این بازار در بلندمدت به سمت سایر کالاهای وارداتی حرکت کند (خدادادی و همکاران، ۲۰۱۸، ۱۰۱).

-
1. Gudkova
 2. Nguyen & Su
 3. Siregar
 4. Lukyanova
 5. Voytyuk & Marinchenko

در جوامع پیشرفته روند تجاری‌شدن ورزش به‌طور کامل صورت گرفته است؛ یعنی مقوله‌ای مثل ورزش کاملاً ابعاد آن شناخته شده و مبانی نظری آن تعریف شده است؛ بر همین اساس، کارکردهای متفاوت و متنوعی در جامعه دارد؛ موضوعی که در کشورهای توسعه‌یافته به‌عنوان یک رکن مهم اقتصادی، سیاسی و اجتماعی به آن نگاه می‌شود. کشورهای نظیر آلمان بخش چشمگیری از تولید ناخالص داخلی (GDP)^۱ خود را از طریق رونق اقتصاد ورزشی به دست می‌آورند. ورزش یکی از بزرگ‌ترین و پردرآمدترین صنایع در قرن بیست‌ویکم به شمار می‌رود. صنعت ورزش به‌سرعت جهانی شده و قلمرو آن همه جا را تسخیر کرده است. این صنعت با همه جنبه‌های اقتصادی آن از جمله رسانه‌های گروهی، پوشاک و غذا و... توانسته است سهم عمده‌ای از تولید ناخالص داخلی کشورهای را به دست آورد؛ به‌طوری‌که سهم صنعت ورزش از GDP، در برخی از کشورهای پیشرفته بین ۲/۵ تا ۴ درصد گزارش شده و جایگاه این صنعت را در بین دیگر صنایع ارتقا بخشیده است (عسکریان و جعفری، ۲۰۰۴، ۹۸).

ایجاد بستری برای بهبود وضعیت GDP به‌عنوان یک هدف مهم به‌صورت جدی مدنظر قرار گرفته است (آسا و کاوانگراون^۲، ۲۰۲۱، ۳). در حالی که تنها ۱۰ کشور پیشرفته جهان، بیش از ۸۰ درصد بازار جهانی و ۷۵ درصد تجارت بین‌المللی ورزش را از آن خود کرده‌اند، سهم صنعت ورزش از تجارت جهانی ۲/۵ درصد تخمین زده شده و ۶۰ تا ۸۰ میلیون شاغل را در سراسر جهان به خود اختصاص داده است. مشارکت بیش از ۶۰ درصد مردم در فعالیت‌های ورزشی و اختصاص یافتن بیش از ۹۰ درصد GDP ورزش به مصارف ورزشی در برخی از کشورهای پیشرفته، موجب رشد چشمگیر این صنعت شده است؛ تاجایی که درآمد حاصل از این صنعت در کشور پیشرفته‌ای همچون آمریکا تا ۶۵۰ میلیارد دلار نیز برآورد شده است (هاوارد و کارمیتون^۳، ۱۹۹۵، ۱۱).

صنعت ورزش دارای بخش‌های متعددی است، اما نقطه توجه همه این بخش‌ها، تولید محصول یکتای ورزش است که در خدمت شرکت‌کنندگان، تماشاچیان، مؤسسات و سایر کاربران قرار می‌گیرد. کیفیت و کمیت این صنعت در کشورهای مختلف به اندازه و دامنه تولید محصولات ورزشی در آن کشور بستگی دارد. رویدادها، اطلاعات، آموزش، کالاها و خدمات ورزشی به‌عنوان چهار دسته مختلف محصولات ورزشی می‌توانند بر GDP و ارزش افزوده هر کشور تأثیر بسزایی داشته باشند (کسنی^۴، ۱۹۹۹، ۳۱). پارکز و همکاران، اجزای صنعت ورزش را براساس نوع فرآورده مرتبط با آن‌ها به سه دسته تقسیم کرده‌اند که شامل سه بخش عملکرد ورزشی، تولیدات ورزشی و توسعه ورزشی در صنعت ورزش است (پارکز^۵، ۲۰۰۷، ۴۷). میک اجزای صنعت ورزش آمریکا را به سه بخش ورزش‌های تفریحی، محصولات ورزشی و سازمان‌های حمایت‌کننده ورزش تقسیم می‌کند (میک^۶، ۱۹۹۷، ۱۷، ۷۴). میلانو و چلادورای^۷ (۲۰۰۱، ۲۵) با پیروی از رویکرد میک (۱۹۹۷، ۱۷) و استاندارد اقتصادی وزارت بازرگانی ایالات متحده، بیان کردند که اجزای اقتصادی صنعت ورزش به چهار بخش مصارف ورزشی، سرمایه‌گذاری ورزشی، هزینه‌های دولتی مرتبط با ورزش و صادرات خالص ورزشی دسته‌بندی می‌شود (میلانو و چلادوری، ۲۰۱۱، ۲۵).

1. Gross Domestic Product
2. Assa & Kvangraven
3. Harward & Karmpton
4. Kesenne
5. Parks
6. Meek
7. Milano & Chelladurai

عسکریان و جعفری (۲۰۰۴، ۹۹) نیز در بررسی وضعیت اقتصادی صنعت ورزش ایران، هزینه‌های خانوار، هزینه‌های دولتی، سرمایه‌گذاری و صادرات و واردات بخش ورزش را بررسی کردند.

ژاو و ژو^۱ (۲۰۱۵، ۲۲۷) در تحقیقی با عنوان «تحقیق و بررسی صنعت ورزش چین و منافع مالی براساس الگوی ریاضی و تئوری بازی» بیان کردند، صنعت ورزش چین نیازمند تغییر مفهوم مدیریت و سرپرستی در بخش ورزش است. به‌علاوه آن‌ها راهکارهای زیر را برای توسعه صنعت ورزش چین پیشنهاد کردند: قدرت مدیریتی ورزش باید به‌طور منطقی استفاده شود؛ سیاست‌ها و مقررات تجاری‌سازی ورزش باید ایجاد شود و در طول زمان بهبود یابد؛ سیستم حق مالکیت در ورزش باید ایجاد شود؛ اختصاص زمان و هزینه به‌منظور ترویج بازار محصولات ورزشی، توسعه بازار رقابت ورزشی، توسعه بازارهای مالی و فناوری در ورزش، توسعه عملکرد ورزشی، توسعه بازار شرط‌بندی ورزشی، توسعه مشاوره ورزشی، توسعه گردشگری ورزشی و... به‌منظور ایجاد محیط قانونی و رسمی مناسب برای توسعه صنعت ورزش ضروری است. کیو، لائو و لئو^۲ (۲۰۱۳، ۳۱۵) به بررسی مصرف ورزشی و توسعه نیازهای داخلی و ارتقای اقتصادی پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد، به دلیل رابطه نزدیک صنعت ورزش با دیگر صنایع، توسعه صنعت ورزش موجب توسعه بسیاری از صنایع مرتبط با آن خواهد شد. همچنین نتایج نشان داد، افزایش مصرف ورزشی باعث رشد اقتصادی در کوتاه‌مدت خواهد شد. از طرفی، لوییز و فدل^۳ (۲۰۱۱، ۸۷۱) در تحقیق خود به تحلیل اقتصادی صنعت ورزش در آفریقا پرداختند. نتایج نشان داد، عملکرد صنعت ورزش در رشد اقتصاد و افزایش تولید ناخالص داخلی، به عوامل تعیین‌کننده اقتصادی-اجتماعی و عوامل سازمانی بستگی دارد.

در ایران، ورزش همیشه به‌عنوان یکی از مباحث فرعی در اقتصاد مدنظر قرار گرفته است. کمتر از ۱ درصد از تولید ناخالص داخلی از طریق اقتصاد ورزش تأمین می‌شود. سهم واردات و صادرات کالاهای ورزشی از تولید ناخالص داخلی در ایران بسیار کمتر از استاندارد جهانی آن است و به‌طور میانگین خالص صادرات ۰/۰۰۶ درصد تولید ناخالص داخلی کشور است (عسکریان و جعفری، ۲۰۰۷، ۹۹). در بازار کالاها و خدمات ورزشی ایران مشکلات فراوانی وجود دارد. در مهر و موم‌های اخیر، حدود ۷۵ درصد از تولیدکنندگان کالاهای ورزشی نیمه‌تعطیل و بخش بزرگ‌تری از آن‌ها تعطیل شده‌اند. گران شدن مواد اولیه، افزایش هزینه‌ها، بیمه کارگری و دستمزد از عواملی هستند که تولیدکنندگان را با مشکل مواجه کرده است. تولیدات داخلی در حوزه لوازم ورزشی بیشتر در لوازم ریز مثل طناب، جوراب ورزشی و مواردی از این قبیل است. بسیاری از لوازم ورزشی از طریق قاچاق به کشور وارد می‌شوند. در حال حاضر، کالاهای ورزشی در اولویت نهم واردات کالا قرار دارند؛ همین امر سبب شده است که بازار قاچاق لوازم ورزشی خارجی از رونق خاصی برخوردار باشد؛ به‌طوری‌که تنها ۱۰ درصد از لوازم ورزشی تولید داخل هستند. باید به این نکته نیز اشاره کرد که میزان کالاهایی که نشان (برند) خارجی هستند، در بازار زیاد است و کالاهای تولید داخل، بسیار کم است (بخشنده و همکاران، ۲۰۱۷، ۵۵).

به‌زعم بسیاری از کارشناسان، توسعه تجارت و رشد اقتصادی ایران تاکنون متکی به درآمدهای نفت و گاز بوده و عامل اصلی رشد آن درآمد حاصل از صادرات نفت بوده است. با توجه به رخدادهای بزرگ اقتصادی و گسترش صادرات، جایگاه ویژه صادرات غیرنفتی در تصمیم‌گیری‌ها و نقش بی‌بدیل آن در افزایش تولید ملی و درنهایت درآمد سرانه محسوس‌تر می‌شود. به دلیل وجود شرایط مختلف و موانع اقتصادی هنوز صادرات کشور ایران نتوانسته است جایگاه واقعی خود را پیدا کند؛ بنابراین

-
1. Zhao
 2. Qiu,
 3. Luiz & Fadal

شناخت دلایل پیشرفته‌ای سایر کشورها در امر صادرات و استفاده از تجربیات آن‌ها برای بهبود رشد و توسعه صادرات کشور، ضرورت دارد. صادرات غیرنفتی تثبیت‌کننده تولید و اشتغال است و ضریب تولید ارزش افزوده کالاها و خدمات را افزایش می‌دهد؛ بنابراین بازارهای فرامرزی نیز همچون بازارهای داخلی به روی کالاهای ایرانی گشوده می‌شوند. با توجه به نکات ذکر شده، ضرورت توجه بیشتر به صادرات غیرنفتی و راه‌های گسترش آن و حضور فعال در عرصه بازارهای خارجی و همچنین تشویق و ترغیب صادرکنندگان ایرانی به‌ویژه در صنعت ورزش، بیشتر نمایان می‌شود. خلأ تحقیقاتی درباره بهبود صادرات کالاهای ورزشی به‌عنوان یک مسئله، به‌خصوص در کشور ایران به‌صورت جدی مدنظر قرار نگرفته است. این خلأ تحقیقاتی باعث شد تا راهکارهایی برای توسعه صادرات کالاهای ورزشی ایران با توجه به نیاز جدی صنعت ورزش ایجاد نشود. با توجه به پیشرفت صنعت ورزش در کشورهای مختلف و تأمین بخش درخور توجهی از درآمد کشورهای توسعه‌یافته از صنعت ورزش و همچنین با توجه به وضعیت نامطلوب بازار کالاهای ورزشی در ایران، مسئله پژوهش حاضر این است که به بررسی واکاوی پدیدار شناختی عوامل مؤثر بر صادرات کالاهای ورزشی ایرانی بپردازد؛ از این‌رو سؤال تحقیق حاضر این است که عوامل مؤثر بر صادرات کالاهای ورزشی ایرانی کدام‌اند؟

روش پژوهش

تحقیق حاضر از جمله تحقیقات کیفی بود که به‌صورت میدانی اجرایی شد. روش کیفی استفاده‌شده در تحقیق از نوع پدیدارشناسی بود. پدیدارشناسی به بررسی تجربیات واقعی افراد می‌پردازد و اعتقاد بر این است که در این تجربیات جوهره‌هایی وجود دارند که فهم‌شدنی و قابل‌بررسی هستند. مشارکت‌کنندگان در تحقیق افرادی بودند که در صادرات کالاهای ورزشی ایرانی حضور فعال داشتند. درواقع، معیار انتخاب مشارکت‌کنندگان در پژوهش، میزان تخصص و درگیری در امر صادرات کالاهای ورزشی بود. این افراد کارت بازرگانی داشتند و سابقه بیش از پنج سال حضور در صادرات کالاهای ورزشی داشتند. شناسایی این افراد با مراجعه به اتاق بازرگانی تهران انجام شد؛ بنابراین مشارکت‌کنندگان در این پژوهش با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند و با رویکرد انتخاب نمونه‌گیری همگون و درعین‌حال با رعایت حداکثر تنوع، نمونه‌گیری شدند. این مسئله تا رسیدن به اشباع نظری شکل گرفت. درنهایت، ۱۳ مصاحبه انجام شد.

ابزار گردآوری اطلاعات در تحقیق حاضر مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بود. برای بررسی روایی از قابلیت باورپذیری (اعتبار)، انتقال‌پذیری و تأییدپذیری استفاده شد؛ بر این اساس، محقق برای بررسی قابلیت باورپذیری از تأیید فرایند پژوهش توسط هشت متخصص و همچنین استفاده از دو کدگذار برای کدگذاری چند نمونه مصاحبه به‌منظور اطمینان از یکسانی دیدگاه کدگذاران استفاده کرد. برای بررسی انتقال‌پذیری، با سه متخصص که در پژوهش مشارکت نداشتند، درمورد یافته‌های پژوهش مشورت شد. به‌منظور بررسی قابلیت تأییدپذیری از ثبت و ضبط تمامی مصاحبه‌ها و بررسی آنان در زمان‌های موردنیاز استفاده شد. برای بررسی پایایی، از کمیته‌های تخصصی استفاده شد؛ بدین صورت که از اعضای این کمیته تخصصی برای کدگذاری موازی برخی مصاحبه‌ها و همچنین ارزیابی و برنامه‌های مربوط به مصاحبه‌ها استفاده شد. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی، تحلیل موضوعی به کار رفت که از کارآمدترین روش‌های تحلیل داده‌های کیفی به‌ویژه در پژوهش‌های پدیدارشناختی است. در مدت انجام این تحلیل، مضمون‌های فرعی و اصلی درخصوص اهداف تحقیق شناسایی شد.

نتایج

یافته‌های توصیفی مربوط به نمونه‌های آماری تحقیق حاضر در جدول شماره یک ارائه شده است.

جدول ۱- یافته‌های توصیفی تحقیق

Table 1- Descriptive research findings

درصد percent	فراوانی Frequency	گروه‌ها Groups	ویژگی‌های جمعیت‌شناختی Demographic characteristics
76.9	10	مرد Male	جنسیت Gender
23.1	3	زن Female	
15.3	2	کمتر از ۳۵ سال Lower than 35 years	رده سنی Ages
61.5	8	۳۵-۵۰ سال 35-50 Years	
23.2	3	بیشتر از ۵۰ سال Over 50 years	

نتایج توصیفی پژوهش نشان داد که نمونه‌های پژوهش ۷۶/۹ درصد مرد و ۲۳/۱ درصد زن بودند. مشخص شد که افراد با رده سنی ۳۵ تا ۵۰ سال با ۶۱/۵ درصد بیشترین فراوانی را داشتند. به‌منظور شناسایی عوامل مؤثر بر صادرات کالاهای ورزشی ایرانی، از مصاحبه استفاده شد. طی این پژوهش، شش مضمون اصلی و ۳۲ مضمون فرعی استخراج شد (جدول شماره دو).

جدول ۲- مضامین اصلی و فرعی به همراه کدهای مصاحبه‌شوندگان

Table 2- Main and sub-topics along with the interviewees' codes

کد مصاحبه‌شوندگان Interviewer Code	مضامین فرعی Sub-themes	مضامین اصلی Main themes
P1, P6, P8, P11, P12 P1, P2, P3, P4, P5, P6, P7, P11 P6, P7, P8, P9, P10 P4, P5, P6, P7, P8, P9, P13 P1, P2, P6, P8, P9, P11, P13 P1, P3, P5, P6, P7, P8, P13	نیروی متخصص و آگاه به حوزه صادرات ایجاد واسطه‌های انسانی آموزش و به‌روزرسانی مهارت‌های انسانی سنجش مداوم دانش فنی نیروی کار در صنعت ورزش ایجاد حمایت از سطح مدیران ارشد در حوزه صادرات ورزشی ارتقای روحیه تلاش‌گر نیروی انسانی در صنعت ورزش	جنبه‌های انسانی Human aspects
P1, P7, P8, P9, P10, P12, P13 P3, P4, P5, P6, P7, P8, P9 P1, P2, P4, P5, P6, P7, P12	حمایت قانون‌گذاران از روند صادرات کالاهای ورزشی تطابق قوانین داخلی و خارجی در حوزه صادرات شناخت قوانین تجاری بین‌المللی	جنبه‌های حقوقی Legal aspects
P2, P3, P4, P5, P7, P9, P10, P11 P1, P2, P5, P6, P7, P10, P13 P1, P4, P5, P6, P7, P9, P12	بهبود درجه باز بودن تجاری کاهش تعرفه‌ها هزینه‌ها و عوارض گمرکی	جنبه‌های اقتصادی Economic aspects

جدول ۲- مضامین اصلی و فرعی به همراه کدهای مصاحبه‌شوندگان

Table 2- Main and sub-topics along with the interviewees' codes

کد مصاحبه‌شوندگان Interviewer Code	مضامین فرعی Sub-themes	مضامین اصلی Main themes
P1, P2, P3, P7, P8, P9, P10, P11, P13	تثبیت نرخ تورم	
P1, P2, P9, P10, P11	معقول‌سازی سهم ارزش‌افزوده	
P1, P2, P4, P5, P6, P13	بهبود سیاست‌های ارزی	
P5, P6, P7, P12, P13	بهبود روابط ورزشی با کشورهای همسایه	
P1, P5, P7, P8, P9, P10, P12	شناسایی بازارهای هدف کالاهای ورزشی	
P2, P5, P6, P7, P8, P11	شناسایی نیازهای صنعت ورزش در کشورهای همسایه	جنبه‌های تجاری
P1, P2, P3, P6, P7, P12, P13	شناسایی بازارهای جهانی کالاهای ورزشی	Business aspects
P1, P3, P11, P12, P13	مشخص کردن تجارب مثبت در حوزه صادرات ورزشی	
P4, P5, P6, P7, P8, P9	ایجاد شرکای تجاری خارجی در صنعت ورزش ایران	
P1, P3, P9, P11, P13	ایجاد نشان‌های تجاری استاندارد شرکت‌های ورزشی	
P3, P6, P7, P8, P12, P13	استفاده از تجارت الکترونیک در صنعت ورزش ایران	
P1, P4, P5, P6, P8, P9, P10	بهبود زیرساخت‌های فناوری اطلاعات شرکت‌های ورزشی	جنبه‌های فنی
P2, P6, P7, P8, P9, P10, P13	توسعه واحد تحقیق و توسعه در صنعت ورزش ایران	Technical aspects
P1, P3, P6, P7, P8, P9, P12	ایجاد ویژگی‌های منحصربه‌فرد در کالاهای ورزشی ایرانی	
P1, P2, P7, P8, P9, P10, P11, P1, P2, P5, P6, P7	ایجاد بانک‌های اطلاعاتی	
P1, P2, P5, P6, P9, P10, P11	کاهش بوروکراسی اداری در صنعت ورزش	
P2, P3, P6, P7, P8, P9, P10	استفاده از کارگزار متخصص و آشنا به محیط کسب‌وکار	
P2, P3, P6, P7, P8, P9, P10	ایجاد سامانه‌های دانشی در حوزه صادرات	
P2, P3, P6, P7, P8, P9, P10, P11	ایجاد اعتبارات بانکی	جنبه‌های مالی
P1, P2, P4, P5, P6, P7, P9, P13	ایجاد سیستم بیمه‌ای قوی در حوزه صادرات کالاهای ورزشی	Financial aspects

مضمون اصلی اول: جنبه‌های انسانی

جنبه‌های انسانی نقش مهمی در شکل‌گیری ثروت انسانی برای توسعه صادرات کالاهای ورزشی ایرانی دارد: «تجربه من نشان داده که صادرات مسئله‌ای فنی است و کسی باید توی این حوزه فعالیت کند که نیروی فنی قوی در اختیارش باشد. بدون شک، نیروی انسانی نقش مهمی در بهبود صادرات کالاهای ورزشی ایرانی دارد» (مشارکت‌کننده شماره یک). «صادرات مسئله‌ای تخصصی است. برای خود من خیلی پیش آمده که واسطه‌های انسانی توانسته‌اند فرایند صادرات را تسهیل کنند. واسطه‌های انسانی نقش مهمی در تسهیل انجام صادرات دارند» (مشارکت‌کننده شماره شش). «برای بهبود سیستم انسانی در حوزه صادرات، باید به‌صورت مداوم ارزیابی‌ها انجام شود. صادرات مسئله‌ای کلیدی است که دارای تغییرات مختلفی است و نیاز است نیروی انسانی از این تغییرات اطلاعات کافی داشته باشند؛ لذا به‌صورت مناسب باید سیستم انسانی را ارزیابی کرد.» (مشارکت‌کننده شماره هشت).

پس از کدگذاری‌ها، شش مضمون فرعی درخصوص جنبه‌های انسانی مشخص شد که شامل نیروی متخصص و آگاه به حوزه صادرات، ایجاد واسطه‌های انسانی، آموزش و به‌روزرسانی مهارت‌های انسانی، سنجش مداوم دانش فنی نیروی کار در صنعت ورزش، ایجاد حمایت از سطح مدیران ارشد در حوزه صادرات ورزشی و ارتقا روحیه تلاش‌گر نیروی انسانی در صنعت ورزش است.

مضمون اصلی دوم: جنبه‌های حقوقی

مسائل حقوقی و اشراف بر آن می‌تواند دایره تسلط بر جنبه‌های مختلف صادرات کالاهای ورزشی را بهبود دهد: «یکی از مشکلات عمده‌ای که در صادرات وجود دارد، عدم اشراف محیطی است. ما اگر بیاییم قوانین و مقررات صادراتی را بر پایه استانداردهای بین‌المللی ببندیم، می‌توانیم به‌صورت حتم شرایطی برای بهبود عملکرد در این خصوص فراهم کنیم. بدون شک، شناخت قوانین بین‌المللی در حوزه صادرات و همسویی و تطابق قوانین ملی و بین‌المللی در حوزه صادرات می‌تواند نقش مهم و تعیین‌کننده‌ای در توسعه صادرات کالاهای ورزشی ایرانی داشته باشد» (مشارکت‌کننده شماره شش).

پس از کدگذاری‌ها، سه مضمون فرعی درخصوص جنبه‌های حقوقی مشخص شد که شامل حمایت قانون‌گذاران از روند صادرات کالاهای ورزشی، تطابق قوانین داخلی و خارجی در حوزه صادرات و شناخت از قوانین تجاری بین‌المللی است.

مضمون اصلی سوم: جنبه‌های اقتصادی

بدون شک، صادرات با علم اقتصاد تعامل و ارتباطی نزدیک دارد. بهبود جنبه‌های اقتصادی در حوزه صادرات کالاهای ورزشی ایرانی می‌تواند اهمیت بسیاری داشته باشد: «با توجه به مشکلاتی که امروزه صادرات با حوزه گمرکی دارد، باعث شده است تا گمرک نقش تأثیرگذاری بر روند بهبود صادرات نداشته باشد و خود یک محدودیت باشد. به نظرم کاهش هزینه‌های گمرکی و ایجاد سیاست‌های تشویقی در حوزه صادرات از سوی گمرک می‌تواند به بهبود صادرات کالاهای ورزشی کمک کند» (مشارکت‌کننده شماره دو). «نرخ تورم، خود باعث شده تا صادرات را تحت‌شعاع قرار دهد. واقعاً سخت شده است برایم هزینه‌هایی را بخواهم دقیق مشخص کنم. این‌قدر تورم شدید است و نوسان قیمت داریم که عملاً باعث شده است تا به مشکل بخورم. به نظرم ایجاد سیاست‌هایی در جهت کنترل نرخ تورم، اقدامی مهم برای بهبود صادرات کالاهای ورزشی است» (مشارکت‌کننده شماره ۱۰).

پس از کدگذاری‌ها، پنج مضمون فرعی درخصوص جنبه‌های اقتصادی مشخص شد که شامل بهبود درجه باز بودن تجاری، کاهش تعرفه‌ها، هزینه‌ها و عوارض گمرکی، تثبیت نرخ تورم، معقول سازی سهم ارزش‌افزوده و بهبود سیاست‌های ارزی است.

مضمون اصلی چهارم: جنبه‌های تجاری

بهبود جنبه‌های تجاری می‌تواند نقش مهمی در شکل‌گیری صادرات و ارتقا روندهای مربوط به آن داشته باشد: «برای بهبود صادرات باید تعامل تجاری برقرار کرد. باید ارتباطات ایجاد نمود. من برحسب تجربه خودم، اعتقاد دارم که ارتباط با کشورهای هم‌جوار می‌تواند در ادامه به شکل‌گیری روابط تجاری مناسب منجر شود. با توجه به قیمت تمام‌شده کالاهای داخلی، کشورهای همسایه می‌تواند مقصد خوبی برای صادرات باشد. پس باید تعاملات تجاری با این کشورها را ایجاد کرد» (مشارکت‌کننده شماره چهار). «برای انجام صادرات باید به‌صورت حتم بازارهای هدف مشخص شود. بازارهای هدف را که پذیرای کالاهای ورزشی ایرانی باشد، باید شناخت و روی آن متمرکز شد. بازاری انتخاب شود که بدانیم، کالاهای ورزشی ایرانی می‌تواند نیاز و خواسته آن بازار را پاسخ دهد» (مشارکت‌کننده شماره هشت). «تجارب مثبت و موفق انجام‌شده درخصوص صادرات کالاهای

ورزشی باید مشخص و مستند شود تا به‌عنوان یک الگو و سند مورد توجه دیگر افراد نیز قرار گیرد» (مشارکت‌کننده شماره ۱۱).

پس از کدگذاری‌ها، شش مضمون فرعی در خصوص جنبه‌های تجاری مشخص شد که شامل بهبود روابط ورزشی با کشورهای همسایه، شناسایی بازارهای هدف کالاهای ورزشی، شناسایی نیازهای صنعت ورزش در کشورهای همسایه، شناسایی بازارهای جهانی کالاهای ورزشی، مشخص کردن تجارب مثبت در حوزه صادرات ورزشی و ایجاد شرکای تجاری خارجی در صنعت ورزش ایران است.

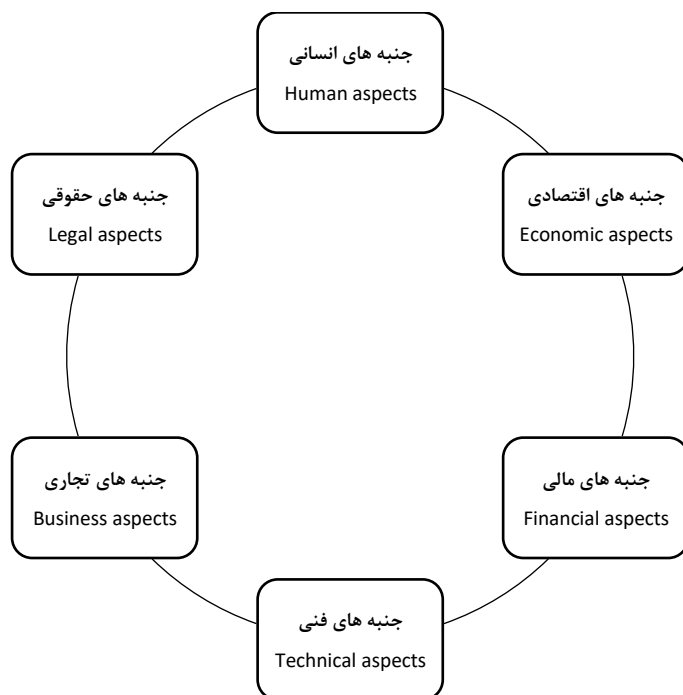
مضمون اصلی پنجم: جنبه‌های فنی

مسائل فنی یکی از بسترهای کلیدی صادرات کالاهای ورزشی ایرانی است: «ما در عرصه برندینگ مشکل داریم. یک نام تجاری مناسب نداریم در کسب‌وکار. به نظر ایده‌پردازی کنیم و یک نام تجاری مناسب اگر داشته باشیم، می‌توانیم منجر به نفوذ بر بازارهای بین‌المللی شویم و حداقل شروع یک کار بزرگ و بلندمدت باشد» (مشارکت‌کننده شماره شش). «فناوری اطلاعات و ارتباطات را اگر تقویت کنیم، می‌توانیم صادرات کالاهای ورزشی را شاهد باشیم» (مشارکت‌کننده شماره دو). «صادرات یعنی شناسایی بازار هدف. بدون شک ایجاد بانک اطلاعاتی و بهره‌گیری از آن می‌تواند نقش مهمی در بهبود صادرات کالاهای ورزشی داشته باشد» (مشارکت‌کننده شماره ۱۰).

مضمون اصلی ششم: جنبه‌های مالی

توجه به جنبه‌های مالی می‌تواند روند توسعه صادرات کالاهای ورزشی را تسهیل کند: «بانک‌ها نقش مهمی در ایجاد حمایت از صادرات دارند. سیاست‌های حمایتی بانک‌ها از صادرات به خصوص در برخی حوزه‌های جدید و بکر از جمله همین صادرات کالاهای ورزشی، باید مشخص و در چارچوب انگیزشی باشد؛ نه اینکه این سیاست خود منجر به ایجاد فشار بر تولیدکنندگان و خود محدودیتی در حوزه صادرات باشد. به نظر من دو مسئله از جمله ایجاد اعتبارات بانکی و ایجاد سیستم بیمه‌ای قوی در حوزه صادرات کالاهای ورزشی می‌تواند به‌شدت روند صادرات کالاهای ورزشی را تسریع کند؛ چراکه در این شرایط ریسک صادرات به‌شدت کاهش می‌یابد» (مشارکت‌کننده شماره ۹).

با توجه به نتایج تحقیق حاضر، مدل مفهومی عوامل مؤثر بر بهبود صادرات کالاهای ورزشی ایرانی مشخص شد (شکل شماره یک).



شکل ۱- عوامل مؤثر بر موفقیت صادرات کالاهای ورزشی ایرانی

Figure 1- Factors affecting the success of the export of Iranian sports goods

بحث و نتیجه‌گیری

صادرات یکی از موضوعات مهم و کلیدی مشخص و یکی از نیازهای جوامع امروزی است. بهبود وضعیت صادرات کشورها به‌عنوان دغدغه ملی، نقش مهمی در توسعه‌یافتگی یک کشور دارد. جین^۱ (۲۰۲۱، ۵۵۸، ۱۱۴)، شاکیا^۲ (۲۰۱۷، ۱۱۵) و کاهیا و دیان^۳ (۲۰۱۶، ۷۷) مشخص کردند که صادرات و توسعه آن در حوزه ورزش از اهمیت بسیاری برخوردار است؛ این مسئله سبب شد تا تحقیق حاضر با هدف تحلیل پدیدارشناختی عوامل مؤثر بر موفقیت صادرات کالاهای ورزشی ایرانی طراحی و اجرا شود.

نتایج نشان داد که شش مضمون اصلی و ۳۲ مضمون فرعی وجود دارد. با توجه به نتایج تحقیق حاضر، عوامل مؤثر بر موفقیت صادرات کالاهای ورزشی ایرانی در شش بخش شامل جنبه‌های انسانی، اقتصادی، تجاری، فنی، حقوقی و مالی مشخص شد؛ به‌عبارتی توجه به عوامل شناسایی‌شده می‌تواند زمینه موفقیت صادرات کالاهای ورزشی ایرانی را فراهم کند. در تحقیقات مختلفی به این مسئله اشاره شده است؛ به‌طوری‌که یوکسل^۴ (۲۰۱۷، ۷) مشخص کرد، جنبه‌های انسانی می‌تواند زمینه بهبود صادرات را فراهم کند. اهمیت مسائل انسانی در تحقیقات مختلفی از جمله مطالعات کادوچینکوف و فدیونینا^۵ (۲۰۱۷، ۴۲) و

1. Jin
2. Shakya
3. Kahiya & Dean
4. Yuksel
5. Kadochnikov & Fedyunina

احمدیان و ما^۱ (۲۰۱۳، ۱۷۶۷) نیز اشاره شده بود. در تفسیر این مسئله، گفتنی است که مسائل انسانی از جمله نیروی متخصص و آگاه به حوزه صادرات، ایجاد واسطه‌های انسانی، آموزش و به‌روزرسانی مهارت‌های انسانی سنجش مداوم دانش فنی نیروی کار در صنعت ورزش، ایجاد حمایت از سطح مدیران ارشد در حوزه صادرات ورزشی و ارتقای روحیه تلاش‌گر نیروی انسانی در صنعت ورزش می‌تواند زمینه توانمندسازی شرکت‌ها و سازمان‌ها را برای انجام صادرات فراهم کند. با توجه به اینکه صادرات نتیجه برخی تعاملات و ارتباطات بین‌المللی است، نیروی انسانی خبره می‌تواند زمینه جدی برای ارتقای صادرات را فراهم کند. این مسئله در ورزش به علت نبود نیروهای تخصصی در حوزه ورزش که تسلط بر حوزه صادرات داشته باشد، ضرورت بیشتری دارد.

در زمینه عوامل حقوقی، میبرگ و امنگوال^۲ (۲۰۰۸، ۳۹) مشخص کردند که در مسیر صادرات مسائل مربوط به قوانین و مقررات اهمیت بسیاری دارد. در تفسیر این مسئله، گفتنی است که مسائل حقوقی و قانونی از جمله حمایت قانون‌گذاران از روند صادرات کالاهای ورزشی، تطابق قوانین داخلی و خارجی در حوزه صادرات و شناخت از قوانین تجاری بین‌المللی می‌توانند بستر حقوقی برای حمایت از صادرات کالاهای ورزشی در کشور ایران را فراهم کنند و دغدغه قانونی در این خصوص شکل گیرد. این مسئله سبب شده است تا مسائل حقوقی به‌واسطه تأثیرگذاری خود بر روند توسعه صادرات کالاهای ورزشی، از اهمیت بسیاری برخوردار باشد که این امر ناشی از ظرفیت‌سازی‌های عوامل حقوقی برای ایجاد چارچوب‌های قانونی مشخص و منعطف با توجه به سیاست‌ها و شرایط‌های بین‌المللی است.

برای توسعه صادرات کالاهای ورزشی ایرانی، عوامل فنی نیز از اهمیت بسیاری برخوردار است. گودکووا و همکاران (۲۰۲۱، ۳۲۸) ضمن تأکید بر زیرساخت‌های فنی، اشاره داشتند که توسعه صادرات باید در چارچوب زیرساخت‌های فنی قوی انجام شود. به نظر می‌رسد، مسائل فنی از جمله ایجاد نشان‌های تجاری استاندارد شرکت‌های ورزشی، استفاده از تجارت الکترونیک در صنعت ورزش ایران، بهبود زیرساخت‌های فناوری اطلاعات شرکت‌های ورزشی، توسعه واحد تحقیق و توسعه در صنعت ورزش ایران، ایجاد ویژگی‌های منحصر به فرد در کالاهای ورزشی ایرانی، ایجاد بانک‌های اطلاعاتی، کاهش بوروکراسی اداری در صنعت ورزش، استفاده از کارگزار متخصص و آشنا به محیط کسب‌وکار و ایجاد سامانه‌های دانشی در حوزه صادرات می‌توانند در شکل‌گیری چارچوب مدون استاندارد برای توسعه صادرات کالاهای ورزشی ایرانی مفید باشند؛ به عبارتی مسائل فنی زیرساخت‌های اولیه برای شکل‌گیری روند و فرایند صادرات را فراهم می‌کند؛ از این رو اهمیت بسیاری دارد.

نتایج تحقیق حاضر نشان داد که عوامل اقتصادی و مالی به‌عنوان دیگر عوامل مهم در راستای توسعه صادرات کالاهای ورزشی است. لویییز و همکاران (۲۰۱۱، ۸۷۰) در تحقیق خود به تحلیل اقتصادی صنعت ورزش در آفریقا پرداختند. نتایج تحقیق آن‌ها نشان داد، عملکرد صنعت ورزش در رشد اقتصاد و افزایش تولید ناخالص داخلی، به عوامل تعیین‌کننده اقتصادی-اجتماعی و عوامل سازمانی بستگی دارد. بدون شک، مشکلات اقتصادی و مالی موجود در کشور ایران به‌واسطه برخی مسائل از جمله تحریم‌های بین‌المللی باعث شده است تا محدودیت‌های مالی ایجاد شود که این محدودیت‌ها باعث تأثیرگذاری بر عملکرد شرکت‌های صادراتی شده است. از طرفی، سوءمدیریت‌های ایجادشده و نبود نگاه‌های بین‌المللی در تفکرات مدیران شرکت‌های ورزشی باعث شده است تا روابط و تعاملات بین‌المللی در ساختار شرکت‌های ورزشی با کشورهای دیگر انجام

-
1. Ahmadian & Ma
 2. Milberg & Amengual

نشود که این مسئله به شدت روند صادرات این شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار داده است. از طرفی خلأ وجود جنبه‌های اقتصادی و مالی در شرکت‌های ورزشی باعث شده است تا توجه به عوامل اقتصادی و مالی، به‌عنوان عوامل کلیدی در روند توسعه صادرات کالاهای ورزشی در کشور ایران مشخص شده است.

نتایج تحقیق حاضر نشان داد که عوامل تجاری به‌عنوان دیگر عوامل مهم در راستای توسعه صادرات کالاهای ورزشی است. کیو و همکاران (۲۰۱۳، ۳۱۵) مشخص کردند که توجه به جنبه‌های تجاری می‌تواند باعث بهبود صادرات و پاسخ به نیازهای اقتصادی محیطی شود. بدون شک، عوامل تجاری در کشور ایران به‌خصوص در حوزه ورزش از اهمیت بیشتری برخوردار است. توجه به عوامل تجاری می‌تواند زمینه برقراری تعاملات بین‌المللی شرکت‌های ورزشی با کشورهای همسایه را فراهم کند. از طرفی با وجود تحریم‌های بین‌المللی، عوامل تجاری می‌تواند به هر نحوه سبب ایجاد شرکای تجاری خارجی در صنعت ورزش ایران شود. این مسئله باعث شده است تا توجه به عوامل تجاری به‌عنوان یک عامل مهم باعث شکل‌گیری روند مثبت به‌منظور بهبود صادرات کالاهای ورزشی شود.

با توجه به نتایج تحقیق حاضر پیشنهاد می‌شود، با سنجش مداوم دانش فنی نیروی کار در صنعت ورزش و جذب نیروی متخصص و آگاه به حوزه صادرات، زمینه برای توسعه صادرات کالاهای ورزشی ایرانی فراهم شود. پیشنهاد می‌شود، با تطابق قوانین داخلی و خارجی در حوزه صادرات، زمینه برای کاهش ناسازگارهای قانونی و حقوقی در این خصوص فراهم شود. همچنین پیشنهاد می‌شود، با استفاده از تجارت الکترونیک در صنعت ورزش ایران و ایجاد ویژگی‌های منحصر به فرد در کالاهای ورزشی ایرانی، زمینه برای معرفی کالاهای ورزشی ایرانی در عرصه‌های بین‌المللی فراهم شود.

تشکر و قدردانی

از مشارکت کنندگان و صاحب‌نظران همکار در این پژوهش سپاسگزاری فراوان می‌کنیم.

References

- Ahmadian, A. A., & Ma, A. R. (2013). Investigating the effect of management attitude with respect to human resources, export and marketing on the performance of firm: Evidence from Irans export firms. *African Journal of Business Management*, 7(18), 1765-1770.
- Askarian, F., & Jafari, A. (2007). A study of the international exchanges of Iranian sporting goods in the seasons of 1998 and 2001. *Olympic Quarterly*, 40(4), 97-103. (in Persian).
- Assa, J., & Kvangraven, I. H. (2021). Imputing away the ladder: Implications of changes in GDP measurement for convergence debates and the political economy of development. *New Political Economy*, 1, 1-30.
- Bakhshandeh, H., Jalaee, S. A., Esmaeili, M., & Rasuli, M. (2017). Estimating the economic growth model of iran sport industry. *Sport Physiology & Management Investigations*, 12(2), 9-23. (in Persian).
- Gudkova, S. A., Glukhova, L. V., Yakusheva, T. S., Korneeva, E. N., Burenkova, D. Y., & Treshina, I. V. (2021). Modern approach for strategic development of smart universities: Digitalization and knowledge export. In *Smart Education and e-Learning*, 1, 327-337.
- Jin, S. (2021). The promotion effect of development zone upgrade to local import and export. Paper presented at the 2nd Asia-Pacific Conference on Image Processing, Electronics and Computers. 557-561.
- Kadochnikov, S. M., & Fedyunina, A. A. (2017). The impact of financial and human resources on the export performance of Russian firms. *Economic Systems*, 41(1), 41-51.
- Kahiya, E. T., & Dean, D. L. (2016). Export stages and export barriers: Revisiting traditional export development. *Thunderbird International Business Review*, 58(1), 75-89.

9. Khodadadi, M., Msdoumzadeh, M., Farid Fathi, A., & Farid Fathi, M. (2018). Investigating the convergence of imports of sporting goods in Iran: A panel data approach. *Sports Management and Development*, 7(3), 100-114. (in Persian).
10. Luiz, J. M., & Fadal, R. (2011). An economic analysis of sports performance in Africa. *International Journal of Social Economics*, 38(10), 869-883.
11. Lukyanova, M. T., Zalilova, Z. A., Kovshov, V. A., & Farrakhova, F. F. (2021). Export potential in rural areas: Management issues. In *The Challenge of Sustainability in Agricultural Systems* (pp. 845-854). Cham: Springer.
12. Meek, A. (1997). An estimate of the size and supported economic activity of the sports industry in the United States. *Sport Marketing Quarterly*, 6, 15-22.
13. Milano, M., & Chelladurai, P. (2011). Gross domestic sport product: The size of the sport industry in the United States. *Journal of Sport management*, 25(1), 24-35.
14. Milberg, W., & Amengual, M. (2008). Economic development and working conditions in export processing zones: A survey of trends. ILO, Geneva.
15. Parks Janet, B. (2007). *Contemporary sport management*. Champaign: Human Kinetics Publishers.
16. Qiu, Y. H., Luo, X. J., & Liu, Y. Q. (2013). The Influences of sports consumption on expanding domestic needs and its function of promoting economic growth. In *19th International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management* (pp. 313-319). Berlin, Heidelberg: Springer.
17. Rangraz, M. (2014). Systematic study of the system of imports and exports in Iran for industrial goods Case study of import and export of metal industries (Unpublished master's thesis). Urmia University of Technology. (in Persian).
18. Shakya, M. (2017). An anthropological reading of the policies of international development: export competitiveness as a conjunctural case study. *Dialectical Anthropology*, 41(2), 113-128.
19. Siregar, R. (2011). The concepts of equilibrium exchange rate: A survey of literature. *Munich Personal RePEc Archive*, 1, 1-56.
20. Voytyuk, V. A., & Marinchenko, T. E. (2021). Modeling of export development of agricultural enterprises of the Kaluga region. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 659(1), 012126.
21. Yüksel, S. (2017). The impacts of research and development expenses on export and economic growth. *International Business and Accounting Research Journal*, 1(1), 1-8.
22. Zhao, Y., & Zhu, L. (2015). Survey and research on Chinese sport industry and financial benefit based on mathematical modelling and game theory. Paper presented at the International Conference on Education, Management, Information and Medicine, 226-230.
23. Luiz, J. M., & Fadal, R. (2011). An economic analysis of sports performance in Africa. *International Journal of Social Economics*, 38(10), 869-883