

# مطالعه و تحلیلی بر عوامل مؤثر بر صادرات کالاهای ورزشی ایرانی

## چکیده:

پژوهش حاضر باهدف مطالعه و تحلیلی بر عوامل مؤثر بر صادرات کالاهای ورزشی ایرانی طراحی و اجرا گردید. روش پژوهش حاضر آمیخته (کیفی-کمی) بود. جامعه آماری شامل نخبگان در حوزه پژوهش بودند که بدین منظور تعداد ۱۳ نفر برحسب روش نمونه‌گیری هدفمند به‌عنوان نمونه مشخص گردیدند. ابزار گردآوری شامل پرسشنامه محقق‌ساخته و مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بود. روایی پرسشنامه با توجه به نظر خبرگان موردبررسی قرار گرفت. همچنین پایایی این پرسشنامه با استفاده از روش محاسبه آلفای کرونباخ موردبررسی قرار گرفت ( $\alpha = 0/81$ ). در قسمت تجزیه و تحلیل کمی پژوهش، از روش دیمتل استفاده شد. کلیه فرآیند تجزیه و تحلیل داده‌ها در نرم‌افزار EXCEL انجام شد. نتایج پژوهش نشان داد که ۶ عامل کلی شامل عوامل انسانی، حقوقی، اقتصادی، تجاری، فنی و مالی به‌عنوان عوامل مؤثر بر توسعه صادرات کالاهای ورزشی ایرانی شناسایی گردید. با توجه به نتایج مشخص گردید که عوامل انسانی، حقوقی و فنی به‌عنوان عوامل علی و عوامل اقتصادی، تجاری و مالی به‌عنوان عوامل معلولی مشخص گردید.

## واژگان کلیدی:

کالاهای ورزشی، صنعت ورزش، مشوق های قانونی

## مقدمه

امروز صادرات به‌عنوان یکی از ارکان مهم در عرصه‌های اقتصادی می‌باشد و باعث ایجاد تعاملات تجاری میان افراد و گروه‌های مختلفی شده است. توسعه صادرات به‌عنوان یکی از نگرانی و دغدغه موردتوجه جدی دولت‌های مختلفی قرار گرفته است و باعث شده است تا تلاش‌هایی از سوی دولت‌ها در این خصوص شکل گیرد (۱). در میان اشکال صادرات، صادرات غیرنفتی به‌عنوان یک مسئله مهم موردتوجه جدی قرار گرفته است (۲). بر این اساس فعالیت صادرات غیرنفتی در هر کشور باید رشد چشمگیری داشته و کشور را از حالت اقتصاد تک‌محصولی درآورد. تقویت اقتصاد ملی باید از طریق بهادان 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 بوده و در این بحران‌ها و تحولات ضربه‌پذیرتر خواهد بود. توجه به صادرات غیرنفتی و توسعه این بخش‌ها امری مهم می‌باشد 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 کرده است. 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 پیشی بینی شده را در معرض تعطیلی یا تأخیر قرار می‌دهد (۳). در بیشتر کشورهای جهان به بخش صادرات اهمیت خاصی داده و از آن به‌عنوان موتور محرک سایر بخش‌ها نام‌برده می‌شود. این سیاست معمولاً به سیاست صادرات محور شناخته می‌شود. به‌طورکلی، کشورهای درحال توسعه، از نظر ساختار اقتصادی دارای ویژگی‌های مشترکی هستند. به‌عنوان مثال می‌تواند نوع تولید در این کشورها را نام برد (۴).

تجارت بین‌الملل به‌عنوان یک مسئله مهم به‌صورت جدی موردتوجه دولت‌ها قرار گرفته است (۵). تلاش جهت توسعه تجارت بین‌الملل باعث بروز راهکارهایی در جهت توسعه کسب‌وکارها شده است (۶). 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 ( ۷ ). از جمله مصادیق تجارت می‌تواند به بازار ورزش اشاره نمود. بازار کالای ورزشی نشان‌دهنده بخش فیزیکی اقتصاد و صنعت ورزش است. این بازارها نسبت به رخداد سایر بازارها، مثل شوک‌های ارزی، حساسیت دارند و هر رویداد قابل توجهی قیمت‌های این بازارها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. این اثرات سبب تغییرات سود و زیان در بازارهای هدف می‌گردد. 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 بالا رفته و به دنبال هجوم سرمایه‌گذاری در این بازار کالای وارداتی، نرخ رشد این بازار در بلندمدت به سمت سایر کالاهای وارداتی حرکت نماید ( ۸ ).

در جوامع پیشرفته روند تجاری شدن ورزش به‌طور کامل صورت گرفته است؛ یعنی یک مقوله‌ای مثل ورزش کاملاً ابعاد آن شناخته‌شده، مبانی نظری آن تعریف‌شده و بر همین اساس کارکردهای متفاوت و مختلف و متنوعی را در جامعه دارد. موضوعی که در کشورهای توسعه‌یافته به‌عنوان یک رکن مهم اقتصادی، سیاسی و اجتماعی به آن نگاه می‌شود. کشورهای نظیر آلمان بخش قابل توجهی از تولید ناخالص داخلی (GDP) خود را از طریق رونق اقتصاد ورزشی به دست می‌آورند (۹). ورزش یکی از بزرگ‌ترین و پردرآمدترین صنایع در قرن ۲۱ 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 GDP کشورها را به‌دست‌آمده 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 ارتقاء بخشیده است (۱۰).

ایجاد بستری جهت بهبود وضعیت GDP به‌عنوان یک هدف مهم مورد توجه جدی قرار گرفته است (۱۱). در حالی که تنها ۱۰ کشور پیشرفته‌ی 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 است و ۶۰ تا ۸۰ میلیون شاغل را در سراسر جهان به خود اختصاص داده است (۱۲). 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. تا جایی که درآمد حاصل

از این صنعت در کشور پیشرفته‌ای همچون آمریکا تا ۶۵۰ میلیارد دلار نیز برآورد شده است (۱۳). در آمریکا صنعت ورزش، یازدهمین گروه صنعتی بزرگ را تشکیل می‌دهد و مردم سالانه ۲۱۳ تا ۳۵۰ بیلیون دلار، صرف خرید کالاها و خدمات ورزشی می‌کنند (۹).

صنعت ورزش دارای بخش‌های متعددی است؛ اما نقطه عطف همه‌ی 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 دامنه‌ی 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 به‌سزایی داشته باشند (۱۴). پارکز و همکاران، اجزای صنعت ورزش را بر اساس نوع فرآورده مرتبط با آن‌ها به سه دسته تقسیم نموده‌اند؛ که شامل سه بخش عملکرد ورزشی، تولیدات ورزشی و توسعه ورزشی در صنعت ورزش می‌باشد (۱۵). الفی میک اجزای صنعت ورزش آمریکا را به سه بخش ورزش‌های تفریحی، محصولات ورزشی و سازمان‌های حمایت‌کننده ورزش تقسیم می‌کند (۱۶). میلانو و چلادورای<sup>۱</sup> (۲۰۰۱) با پیروی از رویکرد میک (۱۹۹۷) و استاندارد اقتصادی وزارت بازرگانی ایالات متحده بیان کردند اجزای اقتصادی صنعت ورزش به چهار بخش مصارف ورزشی، سرمایه‌گذاری ورزشی، هزینه‌های دولتی مرتبط با ورزش و صادرات خالص ورزشی دسته‌بندی می‌شود (۱۷). عسکریان و همکاران (۱۳۸۳) و کیان مرز (۱۳۸۶) نیز در بررسی وضعیت اقتصادی صنعت ورزش ایران، هزینه‌های خانوار، هزینه‌های دولتی، سرمایه‌گذاری و صادرات و واردات بخش ورزش را بررسی نموده است (۹ و ۱۰).

ژاو و ژو<sup>۲</sup> (۲۰۱۵) در تحقیقی با عنوان "تحقیق و بررسی صنعت ورزش چین و منافع مالی بر اساس 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 مورد استفاده قرار گیرد، سیاست‌ها و مقررات تجاری‌سازی ورزش باید ایجاد شوند و در

طول زمان بهبود یابند، سیستم حق مالکیت در ورزش باید ایجاد شود، اختصاص زمان و هزینه به منظور ترویج بازار محصولات ورزشی، توسعه بازار رقابت ورزشی، توسعه بازارهای مالی و فناوری در ورزش، توسعه عملکرد ورزشی، توسعه بازار شرط بندی ورزشی، توسعه مشاوره ورزشی، توسعه گردشگری ورزشی و... به منظور ایجاد محیط قانونی و رسمی مناسب برای توسعه صنعت ورزش ضروری هست (۱۸). کیو<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۳) به بررسی مصرف ورزشی و توسعه نیازهای داخلی و ارتقای اقتصادی پرداختند. نتایج تحقیق آن‌ها نشان داد به دلیل رابطه نزدیک صنعت ورزش با دیگر صنایع، توسعه صنعت ورزش موجب توسعه بسیاری از صنایع مرتبط با آن خواهد شد. نتایج تحقیق آن‌ها همچنین نشان داد افزایش مصرف ورزشی باعث رشد اقتصادی در کوتاه مدت خواهد شد (۲). از طرفی لوییز<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۱) 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، بستگی به عوامل تعیین کننده اقتصادی- اجتماعی و عوامل سازمانی دارد (۱۹).

در ایران، ورزش همیشه به عنوان یکی از مباحث فرعی در اقتصاد مورد توجه قرار گرفته است. کمتر از ۱ درصد از تولید ناخالص داخلی از طریق اقتصاد ورزش تأمین می شود (۹). سهم واردات و صادرات کالاهای ورزشی از تولید ناخالص داخلی در ایران بسیار کمتر از استاندارد جهانی آن است و به طور میانگین خالص صادرات ۰/۰۰۶ درصد تولید ناخالص داخلی کشور است (۱۰). در بازار کالاها و خدمات ورزشی ایران مشکلات فراوانی وجود دارد؛ در مهر و موم‌های اخیر حدود ۷۵ درصد از تولیدکنندگان کالاهای ورزشی نیمه تعطیل و بخش اعظمی 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 می شوند. 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

---

<sup>۱</sup>Qiu

<sup>۲</sup>Luiz

به طوری که تنها ۱۰ درصد از لوازم ورزشی تولید داخل هستند. همچنین 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 (۲۰).

به زعم 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 در نهایت درآمد سرانه محسوس‌تر می‌شود به دلیل وجود شرایط مختلف و موانع اقتصادی هنوز صادرات کشور ایران نتوانسته است جایگاه واقعی خود را پیدا نماید؛ بنابراین شناخت دلایل پیشرفته‌ای سایر کشورها در امر صادرات و استفاده از تجربیات آن‌ها برای بهبود رشد و توسعه صادرات کشور یک ضرورت است. صادرات غیرنفتی تثبیت‌کننده تولید و اشتغال هست 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 به ویژه در صنعت ورزش بیشتر نمایان می‌گردد. خلأ تحقیقاتی در خصوص بهبود صادرات کالاهای ورزشی به عنوان یک مسئله مورد توجه جدی به خصوص در کشور ایران انجام نگرفته است. این خلأ تحقیقاتی باعث شده است تا راهکارهایی در جهت توسعه صادرات کالاهای ورزشی ایران با توجه به نیاز جدی صنعت ورزش ایجاد نگردد. با توجه به پیشرفت صنعت ورزش در کشورهای مختلف و تأمین بخش قابل توجهی از درآمد کشورهای توسعه یافته از صنعت ورزش و همچنین با توجه به وضعیت نامطلوب بازار کالاهای ورزشی در ایران مسئله پژوهش حاضر این است که چه عوامل اقتصادی بر صادرات و واردات کالاهای ورزشی تأثیر دارند؟ نقش صادرات و واردات کالاهای ورزشی بر وضعیت اقتصادی صنعت ورزش ایرانی چگونه است؟

## روش‌شناسی

تحقیق حاضر از جمله تحقیقات آمیخته هست که به صورت روش‌های کیفی و کمی انجام گردید. روش گردآوری اطلاعات در تحقیق حاضر به صورت میدانی بود. جامعه آماری

پژوهش حاضر شامل تمامی نخبگان آگاه به موضوع پژوهش بودند که این افراد، به صورت هدفمند انتخاب شدند. به منظور شناسایی این نمونه‌ها، از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده گردید. این نمونه‌گیری تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت و در نهایت تعداد ۱۳ نفر به عنوان نمونه مشخص گردیدند. به عبارتی با توجه به ماهیت روش کمی پژوهش (رویکرد دیمتل) که نیاز به خبرگان و افراد آگاه به موضوع پژوهش دارند؛ لذا جامعه آماری پژوهش در بخش کیفی و کمی یکسان بود. میزان تسلط این افراد به حوزه مورد مطالعه با توجه به ۳ معیار میزان تالیفات (مقاله و کتب)، سوابق کاری مرتبط با موضوع کار و همچنین مدارک تحصیلی نزدیک به حوزه مطالعه؛ مورد سنجش قرار گرفت.

ابزار گردآوری تحقیق حاضر در بخش کیفی، مصاحبه نیمه ساختاریافته می‌باشد. همچنین با توجه به مصاحبه‌های انجام‌شده، عواملی شناسایی گردید که این عوامل به عنوان ابزار گردآوری تحقیق در بخش کمی استفاده گردید. این پرسشنامه به دو بخش کلی ویژگی‌های جمعیت شناختی و سؤال‌های آن که با توجه روش دیمتل طراحی شده بود. روایی این پرسشنامه با توجه به بررسی نظرات خبرگان مورد تأیید قرار گرفت. میزان پایایی کلی این پرسشنامه نیز پس از محاسبه آلفای کرونباخ، میزان ۰/۸۱ مشخص گردید. در بخش کیفی تحقیق جهت بررسی روایی از قابلیت باور پذیری (اعتبار)، انتقال پذیری و تایید پذیری استفاده گردید. بدین منظور محقق جهت بررسی قابلیت باورپذیری از تایید فرایند پژوهش توسط هفت متخصص و همچنین استفاده از دو کدگذار جهت کدگذاری چند نمونه مصاحبه جهت کسب اطمینان از یکسانی دیدگاه کدگذاران استفاده گردید. همچنین جهت بررسی انتقال پذیری از نظرات سه متخصص که در پژوهش مشارکت نداشتند در مورد یافته‌های پژوهش مورد مشورت قرار گرفتند. همچنین جهت بررسی قابلیت تایید پذیری از ثبت و ضبط تمامی مصاحبه‌ها و بررسی آنان در زمان‌های مورد نیاز استفاده گردید. در بخش کیفی تحقیق جهت بررسی پایایی، از کمیته‌های تخصصی استفاده گردید. بدین صورت که از اعضای این کمیته تخصصی جهت کدگذاری موازی برخی مصاحبه‌ها و همچنین ارزیابی و برنامه‌های مربوط به مصاحبه‌ها استفاده شد.

همچنین در قسمت تجزیه و تحلیل کمی تحقیق، از روش دیمتل استفاده شد. به علت اینکه روش دیمتل روابط میان عوامل را مورد بررسی قرار می‌دهد و مشخص می‌نماید که تأثیر بر یک عامل سبب تأثیرگذاری بر سایر عوامل می‌گردد از روش فوق جهت مطالعه و تحلیل روابط میان عوامل مؤثر بر صادرات کالاهای ورزشی ایرانی استفاده گردید. کلیه

فرایند تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق در نرم‌افزار EXEL انجام شد.

## یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی مربوط به نمونه‌های آماری تحقیق حاضر در جدول ۱ به نمایش گذاشته شده است.

جدول ۱: یافته‌های توصیفی تحقیق

ویژگی‌های جمعیت شناختی	گروه‌ها	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۰	۷۶/۹
	زن	۳	۲۳/۱
	دکتری	۵	۳۸/۴
سطح تحصیلات	کارشناسی ارشد	۵	۳۸/۴
	کارشناسی	۳	۲۳/۲
	زیر ۳۵ سال	۲	۱۵/۳
رده سنی	۳۵-۵۰ سال	۸	۶۱/۵
	بالای ۵۰ سال	۳	۲۳/۲

نتایج توصیفی پژوهش نشان داد که نمونه‌های پژوهش شامل ۷۶/۹٪ مرد و ۲۳/۱٪ زن بودند. همچنین از این میان نمونه‌های پژوهش افراد دارای مدرک تحصیلی دکتری و مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد با ۳۸/۴٪ بیشترین تعداد را دارا می‌باشند. نتایج توصیفی نشان داد که افراد بارده سنی ۳۵-۵۰ سال با ۶۱/۵ درصد بیشترین فراوانی را دارا بودند. جدول شماره ۲، مقوله‌های حاصل از کدگذاری باز را به نمایش گذاشته است.

جدول ۲: کدگذاری باز

فراوانی	کدهای باز
۸	نیروی متخصص و آگاه به حوزه صادرات
۹	ایجاد واسطه‌های انسانی
۱۰	آموزش و به‌روزرسانی مهارت‌های انسانی
۱۱	سنجش مداوم دانش فنی نیروی کار در صنعت ورزش
۱۲	ایجاد حمایت از سطح مدیران ارشد در حوزه صادرات ورزشی
۹	ارتقا روحیه تلاش‌گر نیروی انسانی در صنعت ورزش
۹	حمایت قانون‌گذاران از روند صادرات کالاهای ورزشی
۹	تطابق قوانین داخلی و خارجی در حوزه صادرات



۹	شناخت از قوانین تجاری بین‌المللی
۸	بهبود درجه باز بودن تجاری
۸	کاهش تعرفه‌ها، هزینه‌ها و عوارض گمرکی
۱۰	تثبیت نرخ تورم
۸	معقول سازی سهم ارزش افزوده
۱۰	بهبود سیاست‌های ارزی
۹	بهبود روابط ورزشی با کشورهای همسایه
۹	شناسایی بازارهای هدف کالاهای ورزشی
۱۰	شناسایی نیازهای صنعت ورزش در کشورهای همسایه
۱۱	شناسایی بازارهای جهانی کالاهای ورزشی
۱۱	مشخص نمودن تجارب مثبت در حوزه صادرات ورزشی
۱۱	ایجاد شرکای تجاری خارجی در صنعت ورزش ایران
۱۰	ایجاد نشان‌های تجاری استاندارد شرکت‌های ورزشی
۸	استفاده از تجارت الکترونیک در صنعت ورزش ایران
۹	بهبود زیرساخت‌های فناوری اطلاعات شرکت‌های ورزشی
۱۰	توسعه واحد تحقیق و توسعه در صنعت ورزش ایران
۱۰	ایجاد ویژگی‌های منحصر به فرد در کالاهای ورزشی ایرانی
۸	ایجاد بانک‌های اطلاعاتی
۹	کاهش بوروکراسی اداری در صنعت ورزش
۱۰	استفاده از کارگزار متخصص و آشنا به محیط کسب و کار
۱۱	ایجاد سامانه‌های دانشی در حوزه صادرات
۹	ایجاد تسهیلات بانکی در حوزه صنعت ورزش
۹	ایجاد بیمه‌های صادراتی در حوزه صنعت ورزش
۱۲	شکل‌گیری مشوق‌های قانونی در حوزه صادرات کالاهای ورزشی

مطابق با نتایج جدول ۲ مشخص گردید که تعداد ۳۲ مقوله پس از انجام مصاحبه-های پژوهش و کدگذاری باز استخراج گردید. جدول شماره ۳، کدگذاری محوری انجام شده در پژوهش حاضر را نشان می‌دهد.

#### جدول ۳: کدگذاری محوری

مقوله‌ها	کدهای باز
عوامل انسانی	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	
ارتقا روحیه تلاش گر نیروی انسانی در صنعت ورزش	
حمایت قانون گذاران از روند صادرات کالاهای ورزشی	عوامل حقوقی
تطابق قوانین داخلی و خارجی در حوزه صادرات شناخت از قوانین تجاری بین المللی	
بهبود درجه باز بودن تجاری کاهش تعرفه ها، هزینه ها و عوارض گمرکی	عوامل اقتصادی
تثبیت نرخ تورم معقول سازی سهم ارزش افزوده	
بهبود سیاست های ارزی بهبود روابط ورزشی با کشورهای همسایه	عوامل تجاری
شناسایی بازارهای هدف کالاهای ورزشی شناسایی نیازهای صنعت ورزش در کشورهای همسایه	
شناسایی بازارهای جهانی کالاهای ورزشی مشخص نمودن تجارب مثبت در حوزه صادرات ورزشی	
ایجاد شرکای تجاری خارجی در صنعت ورزش ایران	
ایجاد نشان های تجاری استاندارد شرکت های ورزشی	عوامل فنی
استفاده از تجارت الکترونیک در صنعت ورزش ایران	
بهبود زیرساخت های فناوری اطلاعات شرکت های ورزشی	
توسعه واحد تحقیق و توسعه در صنعت ورزش ایران	
ایجاد ویژگی های منحصر به فرد در کالاهای ورزشی ایرانی	
ایجاد بانک های اطلاعاتی کاهش بوروکراسی اداری در صنعت ورزش	

استفاده از کارگزار متخصص و آشنا به محیط کسب و کار	
ایجاد سامانه‌های دانشی در حوزه صادرات	
ایجاد تسهیلات بانکی در حوزه صنعت ورزش	عوامل مالی
ایجاد بیمه‌های صادراتی در حوزه صنعت ورزش	
شکل‌گیری مشوق‌های قانونی در حوزه صادرات کالاهای ورزشی	

نتایج تحقیق نشان داد که در مجموع ۶ عامل کلی شامل عوامل انسانی، حقوقی، اقتصادی، تجاری، فنی و مالی به‌عنوان عوامل مؤثر بر توسعه صادرات کالاهای ورزشی ایرانی شناسایی گردید. جهت شناسایی روابط فین مابین عوامل شناسایی شده از روش دیمتال استفاده شد. در مرحله اول می‌بایستی روابط میان عوامل شناسایی شده مشخص گردد. بدین منظور از ماتریس ارتباطات کل استفاده گردید. جدول ۴ ماتریس ارتباطات کل را نشان می‌دهد.

جدول ۴: ماتریس ارتباطات کل

انسانی	حقوقی	فنی	اقتصادی	تجاری	مالی	
۱/۱۵۵	۱/۱۹۹	۱/۱۶۲	۱/۲۱۹	۱/۱۷۰	۱/۲۲۸	انسانی
۱/۱۰۹	۱/۱۳۱	۱/۱۴۷	۱/۲۸۰	۱/۳۴۹	۱/۳۷۷	حقوقی
۱/۱۳۶	۱/۱۴۵	۱/۱۴۵	۱/۳۰۵	۱/۲۳۸	۱/۳۰۰	فنی
۱/۱۲۵	۱/۱۲۲	۱/۱۵۱	۱/۱۵۲	۱/۱۷۳	۱/۲۰۷	اقتصادی
۰/۹۳۴	۰/۹۳۸	۰/۸۷۴	۰/۹۵۱	۱/۱۴۵	۰/۹۸۲	تجاری
۱/۱۳۸	۱/۱۵۱	۱/۰۹۵	۱/۱۰۱	۱/۱۴۴	۱/۱۳۴	مالی

برای محاسبه ماتریس روابط داخلی باید ارزش آستانه محاسبه شود. با این روش می‌تواند از روابط جزئی صرف‌نظر کرده و شبکه روابط قابل‌اعتنا یا و همان نقشه شبکه روابط را ترسیم کرد. تنها روابطی که مقادیر آن‌ها در ماتریس  $T$  از مقدار آستانه بزرگ‌تر باشد در نقشه شبکه روابط نمایش داده خواهد شد. برای محاسبه مقدار آستانه روابط کافی است تا میانگین مقادیر ماتریس  $T$  محاسبه شود. بعد از آنکه شدت آستانه تعیین شد، تمامی مقادیر ماتریس  $T$  که کوچک‌تر از آستانه باشد صفر شده یعنی آن رابطه علی در نظر گرفته نمی‌شود.

مقدار آستانه در این تحقیق برابر ۱/۱۵۸ است. تمامی مقادیر ماتریس  $T$  که کوچک‌تر از ۰/۲۸۳ باشد صفر شده یعنی آن رابطه علی در نظر گرفته نمی‌شود؛ بنابراین

الگوی روابط معنی‌دار به صورت جدول زیر است. جهت سهولت در نگارش نمودار الگوی روابط عوامل با اختصار در جدول ۵ به نمایش گذاشته شده است.

جدول ۵: جدول الگوی روابط معنی‌دار

انسانی	حقوقی	فنی	اقتصادی	تجاری	مالی
۰	۱/۱۹۹	۱/۱۶۲	۱/۲۱۹	۱/۱۷۰	۱/۲۲۸
۰	۰	۰	۱/۲۸۰	۱/۳۴۹	۱/۳۷۷
۰	۰	۰	۱/۳۰۵	۱/۲۳۸	۱/۳۰۰
۰	۰	۰	۰	۱/۱۷۳	۱/۲۰۷
۰	۰	۰	۰	۰	۰
۰	۰	۰	۰	۰	۰

در ادامه تحلیل دیمتلی می‌بایستی مجموع سطرها و ستون‌های ماتریس  $T$  مشخص گردد. مجموع سطرها ( $D$ ) و ستون‌ها ( $R$ ) با توجه به فرمول‌های زیر به دست آمده می‌آورد می‌شود.

$$D = \sum_{j=1}^n T_{ij}$$

$$R = \sum_{i=1}^n T_{ij}$$

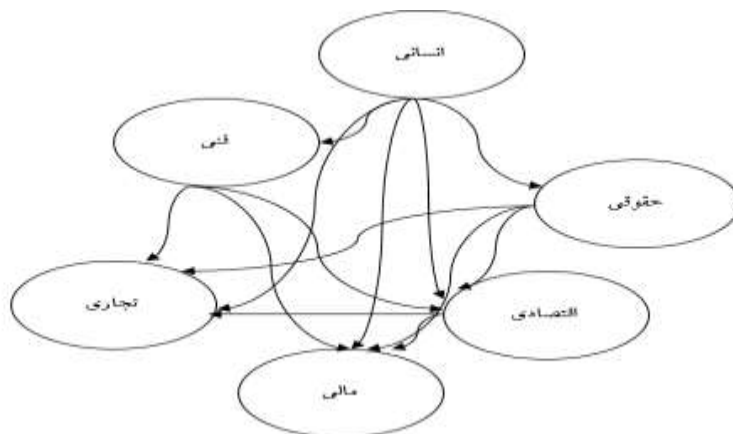
سپس با توجه به  $D$  و  $R$ ، مقادیر  $D+R$  و  $D-R$  را به دست می‌آورده می‌شود که به ترتیب نشان‌دهنده میزان تعامل و قدرت تأثیرگذاری عوامل هستند. خروجی نهائی روش دیمتلی در جدول ۶ به نمایش گذاشته شده است.

جدول ۶: نتایج روش دیمتلی

عوامل	میزان اثرگذاری	میزان اثرپذیری	وضعیت کلی	اثر شبکه	نوع عامل
انسانی	۸/۰۲۶	۷/۱۰۹	۱۵/۱۳۵	۰/۹۱۶	علی
حقوقی	۷/۵۳۱	۶/۷۶۵	۱۴/۲۹۷	۰/۷۶۵	علی
فنی	۷/۱۳۶	۶/۹۵۷	۱۴/۰۹۳	۰/۱۷۸	علی
اقتصادی	۷/۲۱۰	۷/۳۱۰	۱۴/۵۲۰	-۰/۱۰۰	معلولی
تجاری	۶/۹۰۵	۷/۲۷۰	۱۴/۱۷۶	-۰/۳۶۵	معلولی
مالی	۵/۶۲۶	۷/۰۲۱	۱۲/۶۴۷	-۱/۳۹۴	معلولی

با توجه به نتایج جدول بالا مشخص گردید که عوامل انسانی، حقوقی و فنی به عنوان عوامل علی و عوامل اقتصادی، تجاری و مالی به عنوان عوامل معلولی مشخص گردید.

شکل ۱، نقشه شبکه روابط عوامل مؤثر بر صادرات کالاهای ورزشی را نشان می‌دهد.



شکل ۱: نقشه شبکه روابط

مطابق با این الگو مشخص گردید که نقش عوامل انسانی، فنی و حقوقی در بروز و شکل‌گیری سایر عوامل در جهت توسعه عوامل مؤثر بر صادرات کالاهای ورزشی مهم و مشخص می‌باشد.

## بحث و نتیجه‌گیری

صادرات به‌عنوان یکی از مسائل مهم و کلیدی مشخص می‌باشد که یکی از نیازهای جوامع امروزی مشخص شده است. بهبود وضعیت صادرات کشورها به‌عنوان یک دغدغه ملی نقش مهمی در توسعه‌یافتگی یک کشور دارد. جین (۲۰۲۱) و کاهیا و دیان (۲۰۱۶) مشخص نمودند که صادرات و توسعه آن در حوزه ورزش از اهمیت بالایی برخوردار می‌باشد. این مسئله سبب گردیده است تا تحقیق حاضر باهدف مطالعه و تحلیلی بر عوامل مؤثر بر صادرات کالاهای ورزشی ایرانی طراحی و اجرا گردد (۱۳ و ۲۱).

نتایج تحقیق حاضر نشان داد که در مجموع ۶ عامل کلی شامل عوامل انسانی، حقوقی، اقتصادی، تجاری، فنی و مالی به‌عنوان عوامل مؤثر بر توسعه صادرات کالاهای

1 Jin

2 Kahiya & Dean

ورزشی ایرانی شناسایی گردید. با توجه به نتایج جدول بالا مشخص گردید که عوامل انسانی، حقوقی و فنی به عنوان عوامل علی و عوامل اقتصادی، تجاری و مالی به عنوان عوامل معلولی مشخص گردید. در تحقیقات مختلفی به این مسئله اشاره شده است. یوکسل<sup>۱</sup> (۲۰۱۷) مشخص نمود که جنبه‌های انسانی می‌تواند زمینه جهت بهبود صادرات را فراهم نماید (۲۲). اهمیت مسائل انسانی در تحقیقات مختلفی از جمله کادوچینکوف و فدیونینا<sup>۲</sup> (۲۰۱۷) و احمدیان و ما<sup>۳</sup> (۲۰۱۳) نیز اشاره شده بود (۷ و ۲۳). در تفسیر این مسئله لازم به ذکر 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 ارتقا روحیه تلاش‌گر نیروی انسانی در صنعت ورزش می‌تواند زمینه جهت توانمندسازی شرکت‌ها و سازم آن‌ها جهت انجام صادرات را فراهم نماید. با توجه به اینکه صادرات نتیجه برخی تعاملات و ارتباطات بین‌المللی هست، نیروی انسانی خیره می‌تواند زمینه جدی جهت ارتقا صادرات را فراهم نماید. این مسئله در ورزش به علت نبود نیروهای تخصصی در حوزه ورزش که تسلط بر حوزه صادرات داشته باشد، ضرورت بیشتری را دارا می‌باشد. بدون شک در فضای فعلی کشور ایران، نیروهای متخصصی که بر شرایط بین‌المللی آگاه باشند و از توانایی در جهت ایجاد تعامل جهت بهبود صادرات کالاهای ورزشی برخوردار باشند؛ نادر می‌باشد و این مساله نشان می‌دهد که کشور ایران بیش از پیش به نیروی انسانی خیره در حوزه صادرات کالاهای ورزشی نیاز دارد.

میبرگ و امنگوال<sup>۴</sup> (۲۰۰۸) مشخص نمودند که در مسیر صادرات مسائل مربوط به قوانین و مقررات اهمیت بالایی دارد (۲۴). در تفسیر این مسئله لازم به ذکر 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 می‌تواند بستر حقوقی در جهت حمایت از صادرات کالاهای ورزشی در کشور ایران را فراهم نماید و دغدغه قانونی در این خصوص شکل گیرد. این مسئله سبب گردیده است

---

1 Yuksel

2 Kadochnikov & Fedyunina

3 Ahmadian & Ma

۴Milberg & Amengual

تا مسائل حقوقی به واسطه تأثیرگذاری خود در روند توسعه صادرات کالاهای ورزشی، از اهمیت بالایی برخوردار باشند؛ که این مسئله ناشی از ظرفیت‌سازی‌های عوامل حقوقی در جهت ایجاد چارچوب‌های قانونی مشخص و منعطف با توجه به سیاست‌ها و شرایط‌های بین‌المللی می‌باشد. به نظر می‌رسد چارچوب حقوقی منعطف و مناسبی در کشور ایران جهت هماهنگی میان رویه‌های صادراتی با کشورهای بین‌المللی وجود ندارد و محدودیت‌های شکل گرفته شده باعث شده است تا روند صادرات را مختل کند.

دیگر عامل کلیدی در تحقیق حاضر در جهت توسعه صادرات کالاهای ورزشی ایرانی، عوامل فنی می‌باشد. گودکووا و همکاران (۲۰۲۱) ضمن تأکید بر زیرساخت‌های فنی، اشاره داشتند که توسعه صادرات می‌بایستی در چارچوب زیرساخت‌های فنی قوی انجام گردد (۲۳). 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 می‌تواند در شکل‌گیری یک چارچوب مدون استاندارد جهت توسعه صادرات کالاهای ورزشی ایرانی مفید باشد. به عبارتی مسائل فنی زیرساخت‌های اولیه در جهت شکل‌گیری روند و فرایند صادرات را فراهم می‌نماید و از این رو اهمیت بالایی دارد. بدون شک مشکلات فنی در کشور ایران و عدم تطابق با استانداردهای بین‌المللی باعث شده است تا کیفیت روند صادرات کالاهای ورزشی را نیز تحت شعاع قرار دهد. به عبارتی ایجاد رویه‌هایی جهت هماهنگی میان شرایط صادراتی کالاهای ورزشی کشور با استانداردهای بین‌المللی می‌تواند نقش مهمی در جهت بهبود وضعیت صادرات کالاهای ورزشی داشته باشد.

نتایج تحقیق حاضر همچنین نشان داد که عوامل اقتصادی و مالی به عنوان دیگر عوامل مهم در جهت توسعه صادرات کالاهای ورزشی می‌باشد. لوییز و همکاران (۲۰۱۱) 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، بستگی به عوامل تعیین‌کننده اقتصادی-اجتماعی و عوامل سازمانی دارد (۱۹). بدون شک مشکلات اقتصادی و مالی موجود در کشور ایران به واسطه برخی مسائل از جمله تحریم

های بین‌المللی باعث شده است تا محدودیت‌های مالی ایجاد گردد که این محدودیت‌ها باعث تأثیرگذاری بر عملکرد شرکت‌های صادراتی شده است. از طرفی سو مدیریت‌های ایجاد شده 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 نگردد که این مساله به شدت روند صادرات این شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار داده است. از طرفی خلا وجود جنبه‌های اقتصادی و مالی در شرکت‌های ورزشی باعث شده است تا توجه به عوامل اقتصادی و مالی به عنوان عوامل کلیدی در روند توسعه صادرات کالاهای ورزشی در کشور ایران مشخص شده است.

نتایج تحقیق حاضر همچنین نشان داد که عوامل تجاری به عنوان دیگر عوامل مهم در جهت توسعه صادرات کالاهای ورزشی می‌باشد. کیو و همکاران (۲۰۱۳) مشخص نمودند که توجه به جنبه‌های تجاری می‌تواند باعث بهبود صادرات و پاسخ به نیازهای اقتصادی محیطی گردد (۲). بدون شک عوامل تجاری در کشور ایران به خصوص در حوزه ورزش از اهمیت بالاتری برخوردار می‌باشد. توجه به عوامل تجاری می‌تواند زمینه جهت تعاملات بین‌المللی شرکت‌های ورزشی با کشورهای همسایه را فراهم نماید. از طرفی با وجود تحریم‌های بین‌المللی؛ عوامل تجاری می‌تواند به هر نحوه سبب ایجاد شرکای تجاری خارجی در صنعت ورزش ایران گردد. این مساله باعث شده است تا توجه به عوامل تجاری به عنوان یک عامل مهم باعث شکل‌گیری روند مثبتی در جهت بهبود صادرات کالاهای ورزشی گردد.

با توجه به نتایج تحقیق حاضر مبنی بر اهمیت عامل انسانی، پیشنهاد می‌گردد تا شرکت‌های ورزشی ضمن تمرکز بر منابع انسانی و ایجاد دوره‌های آموزشی و همچنین ایجاد واسطه‌های انسانی جهت بین‌المللی‌سازی فعالیت‌ها؛ زمینه جهت بهبود صادرات کالاهای ورزشی را فراهم نمایند. با توجه به اهمیت فنی در مسیر توسعه صادرات کالاهای ورزشی؛ پیشنهاد تا سازمان‌های نظارتی ضمن نظارت بر کالاهای ورزشی و ایجاد نشان‌های تجاری استاندارد شرکت‌های ورزشی و همچنین توسعه واحد تحقیق و توسعه زمینه جهت بهبود صادرات کالاهای ورزشی را فراهم نمود. همچنین با توجه به نتایج تحقیق حاضر مبنی بر اهمیت عامل حقوقی، پیشنهاد می‌گردد تا دولت ضمن بهبود حمایت از صادرات کالاهای ورزشی؛ زمینه جهت تطابق قوانین داخلی و خارجی در حوزه صادرات را فراهم نمود تا بدین وسیله زمینه جهت بهبود صادرات کالاهای ورزشی را فراهم



نمود. همچنین با توجه به نتایج تحقیق مبنی بر اهمیت عامل اقتصادی؛ پیشنهاد می گردد تا دولت با کاهش تعرفه‌ها، هزینه‌ها و عوارض گمرکی و همچنین معقول سازی سهم ارزش افزوده، شرایط جهت بهبود صادرات کالاهای ورزشی را فراهم نماید. همچنین با توجه به نتایج تحقیق مبنی بر اهمیت عامل تجاری؛ پیشنهاد می گردد تا شرکت های ورزشی با ارتقا توانایی های خود در جهت بهبود روابط ورزشی با کشورهای همسایه؛ زمینه جهت شناسایی نیازهای صنعت ورزش در کشورهای همسایه را فراهم نمایند تا بدین وسیله زمینه جهت بهبود صادرات کالاهای ورزشی را فراهم نمایند. با توجه به نتایج تحقیق مبنی بر اهمیت عامل مالی؛ پیشنهاد می گردد تا بانک ها و موسسات مالی، با ایجاد تسهیلات بانکی در حوزه صنعت ورزش و همچنین شکل گیری مشوق های قانونی در حوزه صادرات کالاهای ورزشی؛ زمینه جهت بهبود صادرات کالاهای ورزشی را فراهم نمایند.

### Reference

1. Gudkova, S. A., Glukhova, L. V., Yakusheva, T. S., Korneeva, E. N., Burenkova, D. Y., & Treshina, I. V. **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. Qiu, Y. H., Luo, X. J., & Liu, Y. Q. **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). 2013. Springer, Berlin, Heidelberg.
3. Rangraz, M. **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): 2014.105. (Persian)
4. Siregar, R. **The concepts of equilibrium exchange rate: a survey of literature.** Munich Personal RePEc Archive, 2011. 1-56.
5. Lukyanova, M. T., Zalilova, Z. A., Kovshov, V. A., & Farrakhova, F. F. **Export Potential in Rural Areas: Management Issues.** In The Challenge of Sustainability in Agricultural Systems (pp. 845-854). 2021. Springer, Cham.
6. Voytyuk, V. A., & Marinchenko, T. E. **Modeling of export development of agricultural enterprises of the Kaluga region.** In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science (Vol. 659, No. 1, p. 012126). 2021. IOP Publishing.
7. Ahmadian, A. A., & Ma, A. R. **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, 2013.7(18), 1765-1770. (Persian)
8. Khodadadi, M; Masoom, S Farid Fathi M. **Investigating the Convergence of Imports of Sporting Goods in Iran: A Panel Data Approach.** Sports Management and Development, 2018. 7 (3): 100-114. (Persian)
  9. Kianmarz, Y. **Investigating the economic situation of Iran's sports industry in the years 80-84.** Master Thesis, Urmia University. 2007. (Persian)
  10. Askarian, F Jafari, A. **A Study of the International Exchanges of Iranian Sporting Goods in the Seasons of 1998 and 2001.** Olympic Quarterly, 2007. 40 (4): 97-103. (Persian)
  11. Assa, J., & Kvangraven, I. H. **Imputing Away the Ladder: Implications of Changes in GDP Measurement for Convergence Debates and the Political Economy of Development.** New Political Economy, 2021. 1-30.
  12. Shakya, M. **An anthropological reading of the policies of international development: export competitiveness as a conjunctural case study.** Dialectical Anthropology, 2017.41(2), 113-128.
  13. Jin, S. **The Promotion Effect of Development Zone Upgrade to Local Import and Export.** In 2021 2nd Asia-Pacific Conference on Image Processing, Electronics and Computers (pp. 557-561). 2021.
  14. Kesenne Stefan. **Miscalculations and misinterpretations in economic impact analysis the economic impact of sport events/Jeanrenaud,** 1999. Claude [edit.] (pp. p. 29-40).
  15. Parks Janet B ‘Quarterman Jerome , Thibault Lucie. **Contemporary sport management: Human Kinetics Publishers.** 2007.
  16. Meek Alfie. **An estimate of the size and supported economic activity of the sports industry in the United States.** Sport Marketing Quarterly.1997 ‘ 6: 15-22.
  17. Milano, M., & Chelladurai, P. **Gross domestic sport product: The size of the sport industry in the United States.** Journal of Sport management, 2011. 25(1), 24-35.
  18. Zhao, Y., & Zhu, L. **Survey and Research on Chinese Sport Industry and Financial Benefit based on Mathematical Modelling and Game Theory.** In 2015 International Conference on Education, Management, Information and Medicine (pp. 226-230). 2015. Atlantis Press.
  19. Luiz, J. M., & Fadal, R. **An economic analysis of sports performance in Africa.** International Journal of Social Economics. 2011. 38 (10), 869-883
  20. Bakhshandeh H. **Develop and estimate the economic growth model of Iran's sports industry.** PhD Thesis in Sports Management, Tehran Institute of Sports Sciences. 2017. (Persian)
  21. Kahiya, E. T., & Dean, D. L. **Export stages and export barriers: Revisiting traditional export development.** Thunderbird International Business Review, 2016.58(1), 75-89.
  22. Yüksel, S. **The impacts of research and development expenses on export and economic growth.** Nternational Business and Accounting Research Journal, 2017.1(1), 1-8.

23. Kadochnikov, S. M., & Fedyunina, A. A. **The impact of financial and human resources on the export performance of Russian firms.** *Economic Systems*, 2017.41(1), 41-51.
24. Milberg, W., & Amengual, M. **Economic development and working conditions in export processing zones: A survey of trends.** ILO, Geneva. 2008.

## **Study and analysis on the factors affecting the export of Iranian sport commodities**

### **Abstract**

The present study was designed and conducted with the aim of studying and analyzing the factors affecting the export of Iranian sport commodities. The method of the present study was mixed (qualitative-quantitative). The statistical population of the study included the elites in the field of research. For this purpose, 13 people were identified as the research sample according to the purposeful sampling method. Research collection tools included a researcher-made questionnaire and a semi-structured interview. The validity of the questionnaire was examined according to the experts. Also, the reliability of this questionnaire was evaluated using Cronbach's alpha calculation method ( $\alpha = 0.81$ ). In the quantitative analysis of the research, Demetel method was used. All research data analysis process was performed in EXCEL software. The results showed that 6 general factors including human, legal, economic, commercial, technical and financial factors were identified as effective factors on the development of exports of Iranian sports goods. According to the results, it was determined that human, legal and technical factors were identified as causal factors and economic, commercial and financial factors as disabled factors.

**Keywords:** Sporting goods, sports industry, legal incentives