

مدیریت ورزشی _ تابستان ۱۳۹۶
دوره ۹، شماره ۲، ص: ۳۲۶ - ۳۱۵
تاریخ دریافت: ۹۴ / ۰۵ / ۰۹
تاریخ پذیرش: ۹۵ / ۰۳ / ۲۶

بررسی رابطه علیت بین رشد صادرات کالاهای ورزشی و رشد صادرات غیرنفتی ایران

رقیه سرلاب*^۱ - فریبا عسکریان^۲

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران
۲. دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

چکیده

صادرات کالاهای ورزشی، یکی از مهم‌ترین بخش‌های صنعت ورزش است که در افزایش رشد اقتصادی کشورها نقش ویژه‌ای دارد. همچنین به دلیل اتکای ایران بر اقتصاد تک‌محصولی و نجات از فشارها و بحران‌های اقتصادی، لزوم توجه به این بخش از صنعت ورزش کشور که ظرفیت شکوفایی و توسعه آن نیز فراهم است، بیش از پیش مورد نیاز است. از این رو، پژوهش حاضر با استفاده از آزمون علیت گرنجری، به بررسی ارتباط بین صادرات کالاهای ورزشی و صادرات غیرنفتی تمرکز دارد. متغیرهای مدل، همگی نرخ رشد متغیرهای اصلی به قیمت‌های ثابت ۱۳۸۶ در دوره ۱۳۷۱-۱۳۹۱ هستند که از اطلاعات بانک مرکزی و گمرک مرکزی جمهوری اسلامی ایران طی سال‌های مورد نظر استفاده شده است. نتایج آزمون علیت گرنجری استاندارد نشان داد که نمی‌توان فرضیه نبود علیت میان دو متغیر را پذیرفت. بنابراین، رشد صادرات کالاهای ورزشی در سطح اطمینان ۹۹ درصد علت گرنجری رشد صادرات غیرنفتی (غیر از ورزش) و رشد صادرات غیرنفتی نیز در سطح اطمینان ۹۵ درصد علت گرنجری رشد صادرات کالاهای ورزشی است. همچنین دیگر یافته تحقیق نشان داد که رابطه علیت بین متغیرهای رشد صادرات کالاهای ورزشی و رشد صادرات غیرنفتی (غیر از ورزش) متقابل است. بنابراین به‌طور کلی می‌توان گفت متغیر رشد صادرات کالاهای ورزشی و رشد صادرات غیرنفتی (غیر از ورزش) بر یکدیگر تأثیرگذارند.

واژه‌های کلیدی

اقتصاد ورزش، صادرات، صنعت ورزش، کالاهای غیرنفتی، کالاهای ورزشی، گرنجر.

مقدمه

حضور آگاهانه در بازارهای جهانی بدون تدوین سیاست‌های مناسب بازرگانی برای بسیاری از کشورهای در حال توسعه از جمله ایران غیرممکن است، از سوی دیگر توسعه صادرات بدون ارزیابی امکانات، قابلیت‌ها، گرایش‌ها و ساختار تولیدی کشور امکان‌پذیر نیست. بنابراین این کشورها، فعالیت در عرصه تجارت خارجی و حضور مستمر در بازارهای جهانی را در دستور کار خود قرار داده‌اند (۶). توسعه صادرات یک اصل پذیرفته‌شده در عرصه تجارت خارجی کشور و عاملی مؤثر در توسعه برنامه‌های اقتصادی و سیاستگذاری‌هاست (۱۲). واردات و صادرات هر کشور از جمله شاخص‌های اقتصاد است که میزان ارتباط یک کشور با اقتصاد جهانی را نشان می‌دهد (۹). از طرفی یکی از عوامل مهم دستیابی به رشد و توسعه اقتصادی پایدار، رونق صادرات است که مهم‌ترین هدف سیاستگذاری در بخش تجارت خارجی را تشکیل می‌دهد. در اقتصاد ایران با توجه به اهمیت کاهش وابستگی اقتصاد کشور به درآمدهای ارزی حاصل از صدور نفت خام، نقش صادرات غیرنفتی در کاهش این وابستگی و نیز جایگاه آن در برنامه‌های توسعه اقتصادی کشور، بررسی عوامل تعیین‌کننده صادرات غیرنفتی و ارائه راهکارهای لازم برای توسعه آن اهمیت ویژه‌ای دارد (۱۰).

در حال حاضر در کشورهای پیشرفته، ورزش و تفریحات سالم، یک صنعت بسیار مهم و عامل اثرگذار در رشد و توسعه اقتصاد ملی به‌شمار می‌رود و از بزرگ‌ترین و درآمدزاترین صنایع در قرن بیست‌ویکم است (۲۱). از نیمه دوم قرن بیستم، ورزش مدرن و سازمان‌یافته به تدریج به تکنیک‌های بازاریابی و مدیریت سرمایه‌داری مدرن متکی شد و امروزه به تجارتی بزرگ و صنعتی پویا تبدیل شده است. ورزش، بحران دهه ۱۹۹۰ را با نرخ رشد سالانه‌ای برابر با ۵ درصد پشت سر گذاشت (۱۵) و در حال حاضر به تجارتی بزرگ در جهان تبدیل شده است؛ به طوری که می‌توان گفت، ورزش صنعت مهمی به‌شمار می‌آید (۸). از این رو صنعت ورزش می‌تواند یکی از مهم‌ترین پایگاه‌های اساسی توسعه اقتصادی و پیشرفت اجتماعی باشد و نقش مهیج و مهمی در اقتصاد ورزش و حتی رشد اقتصاد ملی داشته باشد. صنعت ورزش ظهور اقتصاد مدرن انسانی در قالب یک اقتصاد جدید صنعتی است (۱۹).

در واقع محققان نقش اقتصادی ورزش را به دو گروه تأثیرات اقتصادی مستقیم و غیرمستقیم تقسیم کرده‌اند. در بررسی تأثیرات اقتصادی مستقیم، به ورزش به‌عنوان تفریح یا فعالیت جسمانی نگریسته می‌شود. بدین ترتیب، اثرهایی همچون تولید کالاها و خدمات ورزشی، صادرات و واردات، تبلیغات، اشتغال، جذب حامیان مالی، پوشش رسانه‌ای، جذب گردشگر، هزینه خانوار، ایجاد اماکن و

تسهیلات را در پی دارد. اثرهای غیرمستقیم ورزش در ارتقای سلامتی، کاهش هزینه‌های درمان و به تبع آن توسعه برنامه‌های ملی و نیروی کار نقش داشته و همچنین در کاهش هزینه‌های درمانی و خانوار و دولت دخالت اساسی دارد (۱۰). از جمله اثرهای اقتصادی مستقیم ورزش، تولید محصولات ورزشی است (۲۲). ورزش به دلیل تولید محصولات ورزشی، نقش مهمی به عنوان یک جزء کلیدی در توسعه اقتصادی دارد و با تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم، عامل مؤثری در پیشرفت اقتصاد جامعه و بخش پولساز اقتصاد قرن بیست و یکم به شمار می‌آید (۲۰). به طوری که اندازه تخمینی کل صنعت ورزش آمریکا در سال ۲۰۱۴، برابر با ۴۸۵ میلیارد دلار بوده است، در حالی که اندازه تخمینی صنعت ورزش جهان ۱/۵ تریلیون دلار آمریکا در همان سال بوده است (۲۵). یکی دیگر از مهم‌ترین فواید اقتصادی مستقیم ورزش، تأثیر این صنعت بر مبادلات خارجی کشورهاست که موجب شده سهم این صنعت از تجارت جهانی به ۲/۵ درصد برسد (۸). هرچند واردات و صادرات کالاهای ورزشی سهم ناچیز ۰/۰۲ تا ۰/۰۴ درصد از تولید ناخالص داخلی (GDP^۱) کشورها را به خود اختصاص می‌دهد (۲۲)؛ با این حال میزان مبادلات بین‌المللی کالاهای ورزشی هر کشور با توسعه ورزش و صنعت آن کشور در ارتباط است (۱۶). در ایران این سهم بسیار کمتر از استاندارد جهانی آن است (به طور میانگین خالص صادرات ۰/۰۰۰۶ درصد ناخالص داخلی کشور است). به طور کلی، خالص مبادلات خارجی کالاهای ورزشی کمترین سهم ممکن در بین اجزای تشکیل‌دهنده تولید ناخالص داخلی ورزش کشور را داراست (۲/۷۳ درصد). این در حالی است که رشد واقعی واردات و صادرات کالاهای ورزشی ایران در سال ۱۳۸۰ نسبت به سال ۱۳۷۷، به ترتیب حدود ۳۲/۳۳ و ۲۷۱/۱۱ درصد بوده است (۱۲). همچنین نتایج تحقیقات سرلاب (۱۳۹۲) حاکی از افزایش رشد نسبی صادرات کالاهای ورزشی در سال‌های ۱۳۹۰-۱۳۸۰ نسبت به سال‌های ۱۳۷۰-۱۳۸۰ بوده و از ۷۸/۴۵ درصد به ۸۷۱۰/۰۳ درصد رسیده است (۷).

امروزه، تجارت خارجی به طور اعم و صادرات به طور اخص برای کشورها اهمیت زیادی دارد و به دلیل تأمین بخشی از نیازهای ارزی کشور و اثرهای مثبت آن بر رشد و توسعه اقتصادی کشورها، از جایگاه ویژه در سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های اقتصادی برخوردار است (۱۳، ۲). از این رو توسعه صادرات محصولات ورزشی، بخش شایان توجهی از اهداف و سیاست‌های اقتصادی کشورها را تشکیل می‌دهد و اغلب دولتمردان و سیاستمداران اقتصادی کشورها، از جمله ایران تمایل زیادی به اجرای سیاست‌های مناسب در تجاری‌سازی جهت افزایش صادرات غیرنفتی دارند. در سال‌های اخیر، تغییر جهت ملموسی

1. Gross Domestic Product

در راهبرد توسعه اقتصادی کشور مشاهده می‌شود. در این رویکرد جدید، توسعه صادرات با تأکید بر صادرات غیرنفتی یکی از راهبردهای بارز در برنامه توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور محسوب می‌شود (۱۲). در تعقیب این راهبردها، نیاز استفاده از تمامی فرصت‌های تجاری قابل بهره‌برداری کشورهای در حال توسعه مانند ایران که با کمبود درآمد ارزی مواجه‌اند، ضرورتی انکارناپذیر است و اهمیت توجه به صنایع درآمدزایی همچون ورزش را دوچندان می‌کند. از این رو توسعه صادرات محصولات ورزشی، بخش شایان توجهی از اهداف و سیاست‌های اقتصادی کشورها را تشکیل می‌دهد و اغلب دولتمردان و سیاستمداران اقتصادی کشورها، از جمله ایران تمایل زیادی به اجرای سیاست‌های مناسب در تجاری‌سازی جهت افزایش صادرات غیرنفتی دارند. اگرچه صادرات غیرنفتی می‌تواند در کوتاه‌مدت تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار گیرد و از حالت تعادلی خود خارج شود، در بلندمدت، متغیرهایی در سطح کلان وجود دارند که می‌توانند مسیر تعادلی صادرات این‌گونه کالاها را تعیین کنند. زراءنژاد و انصاری (۱۳۸۷) ارتباط علیت گرنجری میان رشد اقتصادی و هزینه آموزش عالی در ایران را بررسی کردند (۵). کاتریک اغلو^۱ و همکاران (۲۰۰۷) نیز به بررسی علی روابط بین سه متغیر رشد اقتصادی، توسعه مالی و تجارت پرداختند (۱۹). نتایج تحقیق زراءنژاد و ابراهیمی (۱۳۹۱) در خصوص علیت گرنجری قاچاق کالا و اقتصاد رسمی نشان داد که تورم، شاخص باز بودن اقتصاد و آموزش حجم دولت مهم‌ترین عوامل مؤثر بر قاچاق کالا در ایران هستند (۶). با عنایت به مطالب گفته‌شده و نقش صادرات در موتور اقتصادی کشور، و نقش صنعت ورزش در رشد و شکوفایی و توسعه اقتصادی ملی، و نیز با توجه به اینکه تاکنون در زمینه صادرات کالاهای ورزشی پژوهشی صورت نگرفته است، بنابراین پژوهش حاضر به بررسی رابطه علیت بین رشد صادرات کالاهای ورزشی و رشد صادرات غیرنفتی ایران طی سال‌های ۱۳۹۱-۱۳۷۱، می‌پردازد تا بتواند نقش کاربردی در حوزه برنامه‌ریزی و سیاستگذاری اقتصادی کشور ایفا کند.

روش‌شناسی تحقیق

برای بررسی ارتباط علی بین دو متغیر از مدل‌های علی استفاده می‌شود. مشهورترین آزمون علیت در ادبیات اقتصادسنجی، آزمون علیت گرنجر^۲ است که ارتباط علی متغیرها را بررسی می‌کند. در این مقاله از

-
1. Katricioglu
 2. Granger

میان مدل‌های علی، مدل علی هماهنگ با تئوری اقتصادی استفاده شده که عبارت است از آزمون علیت گرنجر که از نوع مدل‌های علی پارامتری می‌باشد (۱۴).

در این روش ابتدا باید دید که چه مقدار از متغیر Y جاری می‌تواند توسط مقادیر گذشته Y توضیح داده شود. سپس باید ببینیم که آیا افزودن مقادیر با وقفه X می‌تواند این توضیح را بهبود بخشد یا نه؟ اگر X به پیش‌بینی Y کمک کند، به عبارت دیگر اگر ضرایب با وقفه X از لحاظ آماری معنادار باشند، گفته می‌شود X علت گرنجری Y است. شکل دو متغیر مدل علی گرنجر به صورت زیر درمی‌آید:

$$1) Y_t = \alpha_0 + \alpha_1 Y_{t-1} + \dots + \alpha_L Y_{t-L} + \beta_1 X_{t-1} + \dots + \beta_q X_{t-q} + \varepsilon_t$$

$$2) X_t = \alpha_0 + \alpha_1 X_{t-1} + \dots + \alpha_L X_{t-L} + \beta_1 Y_{t-1} + \dots + \beta_q Y_{t-q} + u_t$$

فرضیه صفر مورد آزمون در مدل گرنجر این است که در رگرسیون اول، X علت گرنجری Y نیست و در رگرسیون دوم، Y علت گرنجری X نیست؛ به عبارت دیگر:

$$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_q = 0$$

برای آزمون فرضیه مذکور از آماره F والد^۱ استفاده می‌شود که به صورت زیر محاسبه می‌شود:

$$F = \frac{(RSS_R - RSS_U)/q}{RSS_U/(T - 2q - 1)}$$

در رابطه مذکور RSS_R مجموع مربع باقی‌مانده‌های با محدودیت H_0 و RSS_U مجموع مربع باقی‌مانده‌های بدون محدودیت H_0 ، T تعداد مشاهدات و q تعداد وقفه‌های متغیر علی است. به عبارتی آماره F مجموع مربع باقی‌مانده‌های با محدودیت و بدون محدودیت H_0 را مقایسه می‌کند. برای تعیین تعداد وقفه‌های X و Y در رگرسیون‌های یک و دو از معیار AIC ^۲ استفاده می‌شود که به صورت زیر تعریف می‌شود:

$$AIC = \left(\frac{2K}{T}\right) + \text{Log}\left(\frac{RSS}{T}\right)$$

که RSS مجموع مربع باقی‌مانده‌ها، T تعداد مشاهدات و K تعداد متغیرهاست. کمترین AIC در رگرسیون‌های متفاوت تعیین‌کننده تعداد وقفه‌های بهینه است.

چنانچه فرضیه صفر رد شود، ضرایب با وقفه X (در معادله اول) از لحاظ آماری معنادار بوده و می‌توان گفت که X علت گرنجری Y است، اما نوع رابطه هنوز مشخص نیست. به منظور پی بردن به نوع

1. The Wald statistics
2. Akaike's Information Criterion

رابطه از $\sum_{i=1}^q \beta_i > 0$ استفاده می‌شود. اگر $\sum_{i=1}^q \beta_i > 0$ باشد، به معنی رابطه مستقیم از X به Y است و اگر $\sum_{i=1}^q \beta_i < 0$ باشد، بیانگر رابطه معکوس از X به Y است. شایان ذکر است از آنجا که در این الگو هم مقادیر با وقفه X و هم مقادیر با وقفه Y وجود دارند، همخطی بین متغیرها احتمال دارد. بنابراین امکان تفسیر تک تک ضرایب وجود ندارد، ولی علی‌رغم وجود همخطی احتمالی می‌توان اهمیت علامت مجموع ضرایب متغیری مانند X بر روی Y را سنجید. بنابراین جمع ضرایب با وقفه X می‌تواند جهت رابطه X و Y را نشان دهد (۲۶،۲۲).

برای بررسی ارتباط بین صادرات صنعت ورزش و صادرات غیرنفتی (بدون مقدار صنعت ورزش) از مدل علی گرنجر استفاده شده است. متغیرهای مدل، همگی نرخ رشد متغیرهای اصلی به قیمت‌های ثابت ۱۳۸۶ در دوره ۱۳۹۱-۱۳۷۱ هستند. منابع داده‌های مورد استفاده نیز بانک مرکزی و گمرک مرکزی جمهوری اسلامی ایران است (۱).

متغیرهای مورد استفاده نیز عبارت‌اند از:

صادرات کالاهای ورزشی: EXSP

رشد صادرات کالاهای ورزشی: GEXSP

رشد صادرات غیرنفتی (غیرورزش): GEXPORT

صادرات غیرنفتی (غیرورزش): EXPORT

تصریح مدل علیت گرنجر برای رشد صادرات ورزشی و رشد صادرات غیرنفتی

$$1) \text{GEXPORT}_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^p \alpha_i \text{GEXPORT}_{t-i} + \sum_{j=1}^q \beta_j \text{GEXSP}_{t-j} + \varepsilon_t$$

$$2) \text{GEXSP}_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^p \alpha_i \text{GEXSP}_{t-i} + \sum_{j=1}^q \beta_j \text{EXPORT}_{t-j} + u_t$$

نتایج مدل تجزیه و تحلیل داده‌ها

آزمون پایایی و ریشه واحد متغیرها

از آنجا که در برخی آزمون‌های علیت گرنجری، اطلاع از درجه پایایی متغیرها لازم است، باید پیش

از ذکر نتایج آزمون‌ها درجه پایایی متغیرها تعیین شود. از این رو با استفاده از روش دیکی- فولر^۱

تعمیم‌یافته، پایایی متغیرها آزمون و نتایج در جدول ۱ ارائه شده است.

1. Augmented Dicky Fuller

جدول ۱. آزمون پایایی و ریشه واحد متغیرها

متغیر	آزمون دیکی فولر تعمیم یافته				تعداد وقفه	Prob	نتیجه
	ADF آماره	مقدار بحرانی ٪۱	مقدار بحرانی ٪۵	مقدار بحرانی ٪۱۰			
EXSP	-۰/۸۱۷	-۲/۶۵۸	-۱/۹۵۹	۱-۱/۶۰۵	۱	۰/۳۴۹	ناپایا
DEXSP	-۵/۲۹۱	-۲/۲۹۲	-۱/۹۶	-۱/۶۰۷	۱	۰/۰۰۰	پایا
GEXSP	-۴/۲۴۲	-۲/۶۹۲	-۱/۹۶	-۱/۶۰۷	۱	۰/۰۰۰۲	پایا
EXPORT	۱۶/۰۵۷	-۲/۶۸۵	-۱/۹۵۹	-۱/۶۰۷	۱	۰/۹۹۹	ناپایا
DEXPORT	۳/۹۰۳	-۲/۶۹۲	-۱/۹۶	-۱/۶۰۷	۱	۰/۹۹۸۸	ناپایا
D ² EXPOR	۳/۸۹	-۴/۵۷۱	-۳/۶۹	-۳/۲۷۶	۱	۰/۰۲۳	پایا
GEXPORT	۴/۲۲۱	-۲/۶۹	-۱/۹۶	-۱/۶۰۷	۱	۰/۰۰۰۳	پایا

نماد D پیش از نام متغیر بیانگر تفاضل مرتبه اول آن متغیر و نماد D² بیانگر تفاضل مرتبه دوم است.

با توجه به اطلاعات جدول ۱ متغیر صادرات کالاهای ورزشی در سطح ناپایا بوده و تفاضل مرتبه اول آن پایاست، بنابراین متغیر صادرات کالاهای ورزشی جمعی از مرتبه اول است. همچنین متغیر صادرات غیرنفتی (به جز ورزش) در سطح و تفاضل مرتبه اول ناپایا بوده و تفاضل مرتبه دوم آن پایاست. بنابراین متغیر صادرات غیرنفتی (به جز ورزش) جمعی از مرتبه دوم است. متغیرهای اصلی که رشد صادرات کالاهای ورزشی و رشد صادرات غیرنفتی (به جز ورزش) هستند، هر دو در سطح پایا هستند و دارای ریشه واحد نیستند.

مشخص کردن تعداد وقفه‌های بهینه متغیرها

برای از بین بردن خودهمبستگی بین جملات اخلاص لازم است تا تعداد وقفه‌های بهینه متغیر وابسته در الگوی رگرسیون مورد لحاظ شود. برای تعیین تعداد وقفه‌های بهینه رشد صادرات کالای ورزشی و رشد صادرات غیرنفتی (غیر از ورزش) از ضابطه‌های آکائیک^۱ (AIC)، شوارز-بیزین^۲ (SBC) و حنان-کوئین^۳ (HQC) استفاده شده است. براساس هر سه ضابطه تعداد وقفه‌های بهینه برای هر دو

1. Akaike Criter
2. Schwarz Criter
3. Hannan-Quinn Criter

متغیر مورد استفاده دو مورد مشخص شد؛ یعنی متغیر وابسته در هر یک از الگوهای تصریح شده به دو مقدار با وقفه خود وابسته است (۲).

بررسی رابطه علیت بین رشد صادرات کالاهای ورزشی و رشد صادرات غیرنفتی

در آزمون علیت گرنجری، با توجه به مدل زیر، نتایج حاکی است که رشد صادرات ورزشی علت گرنجری رشد صادرات غیرنفتی (غیر از ورزش) یا برعکس نیست.

$$GEXPORT_t = \alpha_0 + \alpha_1 GEXPORT_{t-1} + \alpha_2 GEXPORT_{t-2} + \sum_{j=1}^q \beta_j GEXSP_{t-j} + \varepsilon_t$$

همچنین نتایج انجام آزمون علیت گرنجری استاندارد نشان می‌دهد که نمی‌توان نبود علیت میان دو متغیر را پذیرفت. بنابراین، رشد صادرات کالاهای ورزشی در سطح اطمینان ۹۹ درصد علت گرنجری رشد صادرات غیرنفتی (غیر از ورزش) و رشد صادرات غیرنفتی نیز در سطح اطمینان ۹۵ درصد علت گرنجری رشد صادرات کالاهای ورزشی است. همچنین نتایج نشان می‌دهد که رابطه علیت بین متغیرهای رشد صادرات کالاهای ورزشی و رشد صادرات غیرنفتی (غیر از ورزش) متقابل است. همچنین جهت رابطه علیت بین دو متغیر مذکور مثبت است. بنابراین به‌طور کلی می‌توان گفت متغیرهای رشد صادرات کالاهای ورزشی و رشد صادرات غیرنفتی (غیر از ورزش) بر یکدیگر تأثیر گذارند (جدول ۲).

جدول ۲. بررسی رابطه علیت گرنجر بین متغیرها

نتیجه‌گیری	Prob	آماره والد	متغیر تأثیرگذار	متغیر وابسته
وجود رابطه علیت	$\beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$	۴/۲۷۷۰۹	GEXPORT	GEXSP
وجود رابطه علیت	$\beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$	۱۲/۶۵۱۶	GEXSP	GEXPORT

بحث و نتیجه‌گیری

صنعت ورزش با در دست داشتن عامل محرکی همچون برگزاری مسابقات بزرگ ورزشی، امکان بهره‌گیری از فرصت‌های تبلیغاتی و رسانه‌ها را فراهم کرده است که این امر خود موجب ایجاد بستر لازم برای تعامل بین صنعت، تجارت و ورزش شده است که به‌عنوان پلی راهبردی در خدمت توسعه ورزش و رونق اقتصادی آن به‌شمار می‌رود. یکی از مهم‌ترین فواید اقتصادی مستقیم ورزش، تأثیر این صنعت بر مبادلات خارجی کشورهاست که موجب شده سهم این صنعت از تجارت جهانی به ۲/۵ درصد برسد.

هرچند واردات و صادرات کالاهای ورزشی سهم ناچیز ۰/۰۴ تا ۰/۲ درصد از تولید ناخالص داخلی (GDP)^۱ کشورها را به خود اختصاص می‌دهد، میزان مبادلات بین‌المللی کالاهای ورزشی هر کشور با توسعه ورزش و صنعت آن کشور متناسب است (۱۲).

وابستگی شدید اقتصاد ایران به صادرات نفت، و نوسانات قیمت آن و پایان‌پذیر بودن این منبع اقتصادی، نیاز توجه به دیگر صنایع درآمدزا را از اهمیت ویژه‌ای برخوردار کرده است. مطالعات انجام‌گرفته نشان می‌دهد که سیاست‌های توسعه صادرات غیرنفتی، جدا از ارزش حاصله، کمک شایان توجهی به سایر بخش‌ها و متغیرهای اقتصادی خواهد کرد. در سال‌های اخیر تغییر جهت ملموسی در استراتژی توسعه اقتصادی کشور مشاهده می‌شود که در این رویکرد جدید، توسعه صادرات با تأکید بر صادرات غیرنفتی یکی از راهبردهای بارز در برنامه‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور محسوب می‌شود. در تعقیب این استراتژی نیاز استفاده از تمامی فرصت‌های تجاری قابل بهره‌برداری کشورهای در حال توسعه مانند ایران که با کمبود درآمد ارزی مواجه‌اند، ضرورتی انکارناپذیر است و اهمیت توجه به صنایع درآمدزایی همچون ورزش را دوچندان می‌کند (۱۲).

صنعت ورزش با در دست داشتن عامل محرکی همچون برگزاری مسابقات بزرگ ورزشی، امکان بهره‌گیری از فرصت‌های تبلیغاتی و رسانه‌ها را فراهم کرده است که این امر خود موجب ایجاد بستر لازم برای تعامل بین صنعت، تجارت و ورزش شده است که به‌عنوان پلی راهبردی در خدمت توسعه ورزش و رونق اقتصادی آن به‌شمار می‌رود (۴). یکی از مهم‌ترین 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 (۱۲). هرچند واردات و صادرات کالاهای ورزشی سهم ناچیز ۰/۰۴ تا ۰/۲ درصد از تولید ناخالص داخلی (GDP)^۲ کشورها را به خود اختصاص می‌دهد (۱۷)، میزان مبادلات بین‌المللی کالاهای ورزشی هر کشور با توسعه ورزش و صنعت آن کشور متناسب است (۱۰).

یافته‌های این تحقیق نیز نشان می‌دهد که صادرات ورزشی علت گرنجری رشد صادرات غیرنفتی است و از این حیث رشد صادرات ورزشی می‌تواند حائز اهمیت باشد. همچنین این رابطه علیت دوطرفه است و سیاستگذاری‌های پولی و مالی دولت در حوزه رشد صادرات غیرنفتی، رشد صادرات ورزشی را نیز تحت تأثیر قرار خواهد داد و نیز متغیر صادرات کالاهای ورزشی در سطح ناپایاست، بنابراین هر گونه

1. Gross Domestic Product
2. Gross Domestic Product

سیاستی در خصوص تغییر میزان صادرات کالاهای ورزشی مؤثر خواهد بود، همچنین متغیر صادرات غیرنفتی نیز در سطح ناپایاست که هر گونه سیاستگذاری دولت در این حوزه نیز مؤثر خواهد بود. بخش خارجی اقتصاد ایران به طور عام و صادرات غیرنفتی ایران به طور خاص از مجموعه عقب ماندگی های اساسی رنج می برد. از جمله واقعیات بخش خارجی و به خصوص صادرات غیرنفتی کشور عبارت است از: صادرات کالایی نازل و شکاف روبه افزایش آن، اقتصاد تک محصولی، بی ثباتی شدید در بخش خارجی اقتصاد ایران و تمرکز جغرافیایی شدید در صادرات و واردات. با درک این واقعیات، ضرورت تحول توسعه ای در صادرات کالاهای غیرنفتی ایران کاملاً احساس می شود. برای دستیابی به تحولات توسعه ای پایدار در صادرات کالایی ایران باید دست کم برنامه جامع توسعه صادرات تعریف شود و به اجرا درآید (۴). از طرفی در اقتصاد ایران صادرات نفتی سبب می شود که یک جریان ارز وارد کشور شود و قیمت های داخلی افزایش یابد (برحسب ارز خارجی و در شرایط نظام تک نرخ ارز تعادلی بازار)، بنابراین صادرات کاهش و واردات افزایش یابد. بنابراین از این نظر صادرات نفتی جانشین صادرات غیرنفتی شده و موجبات تضعیف صادرات غیرنفتی را فراهم آورده است. اقتصاد به عنوان یک عامل محرک یکپارچه تغییر در جهان، صنعت ورزش را به سمت رویکردی تجارت گونه برای تولید و ارائه خدمات ورزشی می کشاند (۱۶). با توجه به اهمیت بین المللی ورزش و کالاهای ورزشی در توسعه اقتصادی صنعت ورزش، مدیران سازمان ها و مؤسسات ورزشی باید تلاش کنند تا سهم مناسبی از بازار را برای خود به دست آورند (۳) تا بتوانند با برنامه ریزی صحیح در این زمینه و با در نظر گرفتن اولویت های صادراتی در زمینه ورزشی، گام های بزرگی در افزایش رشد اقتصاد کشور بردارند.

منابع و مأخذ

۱. بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۳). اداره بررسی ها و سیاست های اقتصادی، خلاصه تحولات اقتصادی کشور، ص ۴۵.
۲. برانسون، ویلیام. اچ (۱۳۷۶). تئوری و سیاست های اقتصاد کلان، ترجمه عباس شاکری، تهران: نشر نی، ص ۵۵.
۳. ترابی نهاد، فرزانه (۱۳۹۱). بررسی عوامل مؤثر بر تصمیم گیری مصرف کنندگان کالاهای ورزشی با استفاده از مدل اسپرولز و کندال، پایان نامه علوم تربیتی و روان شناسی، ص ۶.

۴. حسینی، میرعبدا...؛ حسینی، میر قادر (۱۳۸۸). «تجربیات منتخبی از کشورهای موفق در توسعه صادرات»، بررسی بازرگانی، ش ۳۴، ص ۱۸-۲.
۵. زارء نژاد، منصور؛ انصاری، الهه (۱۳۸۷). «ارتباط علیت گرنجری میان رشد اقتصادی و هزینه آموزش عالی در ایران»، فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی ایران، سال نوزدهم، ش ۳۷، ص ۷۱-۵۳.
۶. زراء نژاد، منصور؛ ابراهیمی، صلاح (۱۳۹۱). «قاچاق کالا در ایران و رابطه آن با اقتصاد رسمی: آزمون علیت گرنجر (۱۳۸۶-۱۳۵۳)». دوفصلنامه بررسی‌های حقوقی (مجله تخصصی حقوق اقتصادی)، سال دوم، دوره جدید، ۴، ص ۴۲-۱۳.
۷. سرلاب، رقیه (۱۳۹۲). تغییرات رقابتی، ملی و ساختاری صادرات کالاهای ورزشی ایران، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشگاه تبریز، ص ۱۰۰.
۸. شمس‌بیگی، حمید (۱۳۸۷). «تبلیغات تخصص و فناوری در صنعت ورزش»، نشریه مدیریت: جنگ صنعت، ص ۸-۶.
۹. صامتی، مجید؛ جلایی، سید عبدالمجید؛ صادقی، زین‌العابدین (۱۳۸۳)، «آثار جهانی شدن بر الگوی تقاضای واردات ایران (۱۳۸۱-۱۳۳۸)»، فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی، ش ۱۱ و ۱۲، ص ۱۶-۱.
۱۰. طاهری فرد، احسان (۱۳۸۹). «نقش نرخ ارز در توسعه صادرات غیرنفتی در اقتصاد ایران»، مجله برنامه و بودجه، ش ۸۹، ص ۷۹-۴۷.
۱۱. عسکریان، فریبا (۱۳۸۳). بررسی وضعیت اقتصادی صنعت ورزش ایران در سال‌های ۱۳۷۷ و ۱۳۸۰ (با تکیه بر تخمین (GDSP)، رساله برای دریافت درجه دکتری تخصصی (PHD) مدیریت و برنامه‌ریزی ورزشی، دانشگاه تهران، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی. ص ۱۰-۸.
۱۲. عسکریان، فریبا؛ جعفری، افشار (۱۳۸۶). «بررسی میزان مبادلات بین‌المللی کالاهای ورزشی ایران در سال‌های ۱۳۷۷ و ۱۳۸۰»، فصلنامه المپیک، سال پانزدهم، ش ۴ (پیاپی ۴۰)، ص ۹۷.
۱۳. مهرگان، نادر؛ اصغرپور، حسین؛ صنعت خانی، محبوبه (۱۳۸۶). تغییرات ملی، ساختاری و رقابتی صادرات محصولات کشاورزی طی برنامه اول، دوم و سوم توسعه کشور، ششمین کنفرانس اقتصاد کشاورزی، مشهد، دانشگاه فردوسی، ۸ و ۹ آبان‌ماه، ص ۶-۱. profs.basu.ac.ir/mehregan

۱۴. نوفرستی، محمد (۱۳۷۸). ریشه واحد و همجعی در اقتصادسنجی، تهران: انتشارات مؤسسه خدمات فرهنگی رسا، ص ۲۳.
۱۵. هفته‌نامه بین‌المللی بازرگانی اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی. صنعتی به نام ورزش (۱۳۹۰)، ۶ بهمن، ش ۴۹ ویژه ورزش، ص ۶.
۱۶. هوی، راسل؛ اسمیت، آرون؛ وستریک، هنس؛ استورات، باب؛ نیکولسون، متیو (۱۳۹۰). مدیریت ورزشی (اصول و کاربردها)، ترجمه مینودخت میر حیدری، سارا کشکر، حمید قاسمی و خسرو رضایی نیا، نشر علم و حرکت، ص ۲۱۵.
17. Andreff, W. (1997). "Sport Finacing in Europe-Toward a trans formation in the 21 century". puplished at:sport, media and civil society, p: 9.
18. Huang, Liuqian. (2011). "Research on Effect of Beijing Post-Olympic Sports Industry to China's Economic Development". Energy Procedia. 5, Pp: 2097-2102. Physical Education Department, Yulin Normal University, Yulin, 537000, China .Published by Elsevier Ltd. Selection and peer-review under responsibility of RIUDS. www.sciencedirect.com
19. Kerry, Patterson. (2000). "An Introduction to applied econometrics (time series approach)", Pp: 537-538.
20. Parkers, J, B. Zager, B. R. K. Quarterman, j.(1998). "contemporary sport management". Human kinetics Publisher .Inc, p: 15.
21. Kartirioglu, S.T., N. Kahyalar & H. Benar., (2007). Financial Development, Trade and Growth Triangle: The Case of India. International Journal of Social Economics, 34(9), Pp:586-598.
22. Rajaei, Yadollah. Hossein, s. sajjad. (2011). "Use of Internet in University Sport Marketing in Iran", World Applied Sciences Journal 12 (4) و Pp:503-508.
23. Sanderson, K. Harris, F.Russel, S. Chase, S. (2000). "The Economic Benefits of Sport A Review". Business and Economic Research Ltd (BERL). www.ibegin.com. Pp: 1- 54.
24. Walter, Enders.(1995). "Applied econometric time series"., Pp. 315-316.
25. www.plunkettresearch.com