



اثرات جهانی شدن بر توسعه ورزش ایران

آیناز آرخی^۱

محمدرضا معین فرد^۲

پروین شوشی نسب^۳

علی بنسپردی^۴

 [10.22034/ssvs.2022.2335.2673](https://doi.org/10.22034/ssvs.2022.2335.2673)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۰۲/۲۶

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۰۵/۲۵

چکیده

هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی اثرات جهانی شدن در توسعه ابعاد مختلف ورزش ایران بود. روش این تحقیق از نوع توصیفی - پیمایشی است. ابزار تحقیق پرسشنامه محقق ساخته‌ای است که پس از تایید روایی (آلفا برابر با ۰/۹۵۲) مورد استفاده قرار گرفت. جامعه آماری این تحقیق را اعضای هیئت علمی، دانشجویان دکتری مدیریت ورزشی و متخصصانی که دارای زمینه پژوهشی در مورد جهانی شدن بودند، تشکیل داد. روش نمونه‌گیری صورت هدفمند و گلوله برفی انجام شد و حجم نمونه آماری تحقیق برابر ۱۰۵ نفر بود. برای بررسی اثرات جهانی شدن بر ورزش از میانگین، انحراف معیار و آزمون تاپسیس استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد، گسترش بازاریابی ورزشی و جذب حامیان ورزشی بین‌المللی، ارتقاء تجربه، علم و سطح مهارت‌های فنی ورزشکاران، مربیان و داوران کشور، توسعه ارتباطات اجتماعی، ارتقاء تجربه، علم و سطح مهارت‌های فنی ورزشکاران، مربیان و داوران کشور، توسعه درک بین‌المللی و احترام به سایر فرهنگ‌ها و اصلاح الگوی مصرف انرژی و گسترش فرهنگ استفاده از انرژی‌های تجدید شونده و پاک بر جهانی شدن ورزش تاثیرگذار است. فرآیند جهانی شدن در بخش ورزش عاقلانه‌ترین روش برای منافع کشوری باشد. بنابراین، متخصصان و کارگزاران این حوزه در کشور با شناسایی فرصت‌ها بر توسعه ورزش گام‌های استوار بردارند.

واژه‌های کلیدی: ایران، توسعه ورزش، جهانی شدن، ورزش

^۱- کارشناس ارشد تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه حکیم سبزواری، سبزوار، ایران

Email: a.arkhy1398@gmail.com

^۲- دانشیار دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه حکیم سبزواری، سبزوار، ایران

^۳- استادیار دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه حکیم سبزواری، سبزوار، ایران

^۴- استادیار دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه حکیم سبزواری، سبزوار، ایران

مقدمه

جهانی شدن به یکی از مفاهیم پرکاربرد از دهه ۱۹۹۰ به ویژه در روابط اقتصادی و سیاسی تبدیل شده است. بسیاری از عوامل سیاسی، فرهنگی، تکنولوژیکی و اقتصادی در پیدایش فرآیند جهانی شدن مؤثر بودند. گستره چنین مولفه های مختلف جهانی شدن باعث ایجاد یک سری تأثیرات زیست محیطی، سیاسی و فرهنگی شد و محافظت از خود در برابر این تأثیرات غیرممکن شد. تلقی جهانی شدن به عنوان پدیده ای مهار ناپذیر و ضروری و حمایت یا مخالفت با آن، معضلی ایجاد کرد (کارادمیر^۱، ۲۰۱۳). در طول چند دهه گذشته، جهانی شدن یکی از آشکارترین حقایق، فرصت ها و چالش هایی بوده است که هر گوشه از جهان با آن روبرو بوده است. صرف نظر از اراده، امروزه برای یک فرد تقریباً غیرممکن است که بدون تأثیر دنیای جهانی شده زندگی کند. در اقتصاد جهانی، تک تک اقتصادهای ملی اکنون بیش از هر زمان دیگری با یکدیگر ادغام شده اند. بنابراین، رایج است که وقتی مردم از جهانی شدن صحبت می کنند، یکپارچگی اقتصادی در ابتدا به ذهنشان خطور می کند و آن را به عنوان اثر اولیه جهانی شدن درک می کنند. این امر اجتناب ناپذیر است که جهانی شدن تأثیر قابل توجهی بر صنعت ورزش داشته باشد زیرا بازار جهانی شده بر همه جنبه های جامعه بشری از جمله تغییرات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تأثیر گذاشته است. ماهیت بین المللی ورزش مدرن مستلزم آن است که کسب و کارها و سازمان های ورزشی شیوه های بازاریابی خود را به منظور دستیابی به اثربخشی و مزیت رقابتی در بازاری فراتر از مرزها اصلاح کنند (ژانگ و همکاران^۲، ۲۰۱۷: ۵). یک پدیده جهانی بسته به شرایط اجتماعی-اقتصادی جوامع رواج پیدا می کند (آتاسوی و کوتر^۳، ۲۰۰۵، ۳۳۵).

ورزش نیز جزو پدیده مصرفی است که جهانی شدن سرعت گسترش آن را افزایش داده است (کمکچی و همکاران^۴، ۲۰۱۳). ورزش یکی از بخش های مهم در اقتصاد کشورها شناخته شده است. در بیشتر کشورها ورزش علاوه بر سلامت روح و جسم در مواردی مانند امور اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و ... تأثیرگذار است. در بخش اقتصادی جهانی شدن ورزش باعث درآمدزایی از طریق بخش های مختلف می شود (محمدی عسکراآبادی و همکاران، ۲۳: ۱۳۹۹). در ارتباط با تأثیر آن در توسعه ورزش، دستاوردهای برنامه خصوصی سازی در دارایی های ورزشی نشان می دهد که رقابت، منافع مالی و سودآوری، کارایی، ارزشیابی و نظارت، تأمین منافع مصرف کنندگان، استفاده از تخصص ها، مقررات زدایی، اشتغال و دستمزد، گسترش مالکیت نسبت به قبل از خصوصی سازی بهبود داشته است (کشکر و سلیمانی، ۱۰۱: ۱۳۹۱).

^۱ Karademir

^۲ Zhang, Pitts, Kim

^۳ Atasoy, Kuter

^۴ Ekmekci, Ekmekci, İrmiş

اثرات جهانی شدن بر توسعه ورزش ایران

نظام جهانی در ورزش پایدار نیست، اما قابل تغییر است و به نوعی در حال تحول است. تقریباً هر ورزش از یک الگوی گسترش از ریشه های محلی تا تأثیر جهانی پیروی کرده است. ورزش اغلب به دلیل گرد هم آوردن مردم، ابزاری مفید برای توسعه و صلح و مکانیزمی برای رسیدگی به نگرانی های سلامت و تناسب اندام در جوامعی که با افزایش هزینه های مراقبت های بهداشتی مواجه هستند، مورد ستایش قرار می گیرد (لی و ناریت، ۲۰۱۸: ۱۱۸۷). ورزش مدرن حرکت از محلی به منطقه ای، ملی و سپس جهانی در حال تغییر است (ناوریت و زیپ، ۲۰۱۸: ۱۱۱۶). ورزش بین المللی به توسعه روابط بین کشورها کمک می کند. به عنوان مثال، سفر به کشورهای دیگر برای رقابت شامل مسافرت و اقامت نمونه هایی از این روابط می باشد. ویژگی مهم سفرهای بین المللی برای بازیکنان بین کشورها، ارتباطات و تعاملات ساده روزانه جزئی و به ظاهر کم اهمیت خواهد بود.

ورزش یک عنصر مهم زندگی انسان و سلامت عمومی به دو مفهوم محدود و گسترده است (آکداجلیک و تمل^۱، ۲۰۲۲). از ورزش و مسابقات ورزشی به عنوان وسیله ای برای ایجاد مودت و دوستی میان ملت ها، گفتگوی تمدن ها و مبارزه با فساد استفاده می شود (خسروی، ۱۳۸۵: ۴). همچنین باعث رفاه اجتماعی با می شود (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۸: ۱۲۳). ناریت^۲ (۲۰۰۴) در پژوهش خود با عنوان دنیای پیچیده ورزش جهانی، ورزش در جامعه فرهنگ ها، تجارت، رسانه ها، سیاست توضیح می دهد که ورزش نقش مهمی در روند جهانی شدن داشته است. ورزش به بازسازی برخی از هویت های محلی، منطقه ای و ملی کمک کرده است. اسپی^۳ (۲۰۱۸) در بررسی سیاست های بازی های المپیک اظهار داشت که الزام اعزام ورزشکاران به خارج از کشور برای رقابت می تواند به برقراری روابط دیپلماتیک کمک کند. کارادمیر^۴ (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان اثرات جهانی سازی در موسسات آموزش ورزش ترکیه به این نتیجه رسید جهانی سازی بر فناوری اطلاعات تأثیر مثبت می گذارد همچنین پیشرفت در موسسات آموزش ورزشی و افزایش فرصت های استفاده از فناوری های مبتنی بر اطلاعات از اثرات آن می باشد و باید در نظر گرفت که یک دولت دموکراتیک و مشارکتی تأثیرات مهمی در زمینه سازگاری استراتژیک نهادها با شرایط جدید دارد.

آکایا^۵ (۲۰۰۸) در پژوهش خود با عنوان جهانی شدن و تحول در فوتبال به این نتیجه رسید که جهانی شدن بسیاری از شاخه های ورزشی را تحت تأثیر قرار داده و در عین حال روابط تجاری و اقتصادی

^۱ Akdaglk, Temel

^۲ Nauright

^۳ Espy

^۴ Karademir

^۵ Akkaya

را دوباره شکل می‌دهد. ورزشها در راستای تجاری سازی شکل دیگری گرفتند و شرکتهای چند ملیتی در دنیای ورزش موثر واقع شدند و به عنوان صنعت شروع به خرید باشگاه های ورزشی کردند. کارادمیر^۱ و همکاران (۲۰۱۲) با بررسی نظرات و نگرش نسبت به تجارت الکترونیک در زمینه تربیت بدنی و ورزش بین‌المللی دریافتند که که مکان یک کشور در یک جهان جهانی شده توسط فن آوری آن تعیین می شود و امروزه اینترنت بر بسیاری از بخش ها تأثیر می گذارد و ورزش یکی از بخش های تحت تأثیر آن است.

مگوایر^۲ (۲۰۰۱) نشان داد که فعالیت تجاری در ورزش مربوط به درهم آمیختگی رسانه ها، بازاریابی، حامیان مالی و سازمان های ورزشی در مقیاس جهانی است. مگوایر همچنین پیشنهاد می کند که این نوع فرایند باعث شده است که ورزش فرهنگ رایج یکدست شده و با سلیقه ضعیف همراه باشد. وی توضیح می دهد که ورزش تحت یک فرآیند ویژه سازی قرار دارد که توسط رسانه ها هدایت می شود. به عنوان مثال، پوشش رسانه ای ورزش با استفاده از فن آوری مدرن، تولید عکس های حرکت آهسته، گرافیک پیشرفته و موسیقی محبوب، ارزش تماشایی و ارزش کالاهای ورزشی را افزایش می دهد غفوری و هنرور (۱۳۸۷) نشان دادند که مهم ترین اثر جهانی سازی، «یکسانی ارزش و نیازهای کشورهای مختلف» است. آنها همچنین عنوان کردند که «امکانات رسانه‌ای و یکسانی ارزش‌ها» بیشترین اثر را بر روی راهبردهای ورزش دارند. در این پژوهش بر نیاز به همراستایی راهبردهای ورزشی کشورهای توسعه یافته با حرکت جهانی تأکید شده است. تیوو (۲۰۰۸) در پژوهش خود به این نتیجه رسید که ورزش جهانی است و شواهد آن در اطراف ما گسترده شده‌اند. مانند افزایش دخالت شرکت‌های رسانه‌ای، رشد شرکت‌های مدیریت ورزشی بین‌المللی، افزایش برنامه‌های مدیریت ورزشی در زمینه تحصیلی در دانشگاه‌ها و کالج‌ها در سراسر جهان و تعدادی از سازمان‌ها در سطح قاره‌ای، منطقه‌ای و حتی در درون کشورها و گسترش هسته مرکزی تعدادی از مجلات در رابطه با مدیریت و کسب و کار ورزشی. وی بیان می‌کند اگرچه جهانی شدن منجر به نتایج مثبتی در مدیریت ورزش شده، اما مشکلات مهمی نیز همراه دارد که باید درک و مورد توجه قرار گیرند.

یکی از موضوعات مورد بحث در عصر ما، مسئله جهانی شدن یا ملی شدن (منطقه ای شدن) است. به عبارت دیگر، جهانی شدن با تأثیر مدرنیته شدن فناوری زیر سایه سیاست و سرمایه قوی بر مذهب و هویت ملی، سنت، فرهنگ و زبان به منصفه ظهور می رسد. یکی از حوزه های مهمی که تحت تأثیر جهانی شدن قرار گرفته است، ورزش و میادین ورزشی است که جوانان در آن حضور دارند. ورزش به عنوان یک نهاد اجتماعی در ساختاری قرار دارد که روز به روز در سازمان های اقتصادی و فرهنگی در حال رشد است. این پدیده اجتماعی نیاز به ارزیابی مجدد شرایط متغیر اقتصادی و اجتماعی جهان داشت. بنابراین، به نظر

^۱ Karademir

^۲ Maguire

اثرات جهانی شدن بر توسعه ورزش ایران

می رسد ورزش جهانی منجر به کاهش تضاد بین جوامع و همچنین به ظهور انواع جدیدی از فرهنگ ها و هویت ها می شود. همچنین به وضعیت آن کشور در رتبه بندی بین المللی ورزشی بستگی دارد. بنابراین فرآیندهای ورزشی جهانی می توانند منجر به رشد کمتر یا وابسته استعداد یک ملت شود. مواجه شدن مسئولین با بحث جهانی شدن ورزش ایران موجب شده که موضوع جهانی شدن به موضوع تحلیلی و مهم تبدیل شود؛ از این منظر نتایج این پژوهش به طور عام می تواند مورد استفاده مسئولین ورزش قرار گیرد. از این رو گروه پژوهش حاضر در پی دستیابی به اثرات جهانی شدن بر توسعه ورزش ایران بود.

روش شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر از نوع توصیفی - پیمایشی بود که با توجه به ماهیت پژوهش به دو صورت کتابخانه‌ای و میدانی انجام شد. ابزار تحقیق پرسشنامه محقق ساخته بود. در این پرسشنامه اثرات جهانی شدن بر ۴ بعد کلی اقتصادی (۱۶ گویه)، علمی و فنی (۲۰ گویه)، فرهنگی و اجتماعی (۲۰ گویه)، تکنولوژیکی و محیطی زیستی (۱۵ گویه) را بررسی می‌کند. کلیه گویه‌های پرسشنامه در مقیاس ۷ ارزشی لیکرت طراحی شده بود. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه توسط ۸ نفر از اساتید مدیریت ورزشی بررسی و تأیید شد و پایایی آن از طریق ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد ($\alpha=0/952$). همچنین جهت بررسی روایی سازه پرسشنامه از تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی با نرم افزار لیزرل استفاده شد. جامعه آماری تحقیق را اعضای هیئت علمی، دانشجویان دکتری مدیریت ورزشی و متخصصانی که دارای زمینه پژوهشی در مورد جهانی شدن بودند، تشکیل داد. نمونه‌گیری به روش هدفمند و گلوله برفی انجام شد و سعی شد تا افرادی که دارای اطلاعات لازم در این زمینه هستند، به عنوان نمونه آماری تحقیق انتخاب شوند. در نهایت تعداد ۱۰۵ نفر به صورت کامل به پرسشنامه پاسخ دادند که همین تعداد به عنوان نمونه آماری تحقیق در نظر گرفته شد. از آمار توصیفی برای بررسی ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان و آزمون تاپسیس برای اولویت بندی عوامل استفاده شد.

یافته های پژوهش

بر اساس یافته های توصیفی ۸۷ درصد اعضای نمونه آماری تحقیق مرد و ۱۳ درصد زن بودند. ۳۱ درصد کمتر از سی سال سن داشتند، ۴۷ درصد در بازه سنی ۳۰ تا ۴۰ سال قرار داشتند، ۱۴ درصد ۴۱ تا ۵۰ سال و ۸ درصد بیش از ۵۰ سال سن داشتند. ۲ درصد پاسخ دهندگان دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و ۲۸ درصد دانشجوی دکتری و ۷۰ درصد دارای مدرک دکتری بودند. شغل ۲۸ درصد از پاسخ دهندگان دانشجو، ۴۷ درصد هیات علمی و ۲۵ درصد مدیران و کارکنان سازمان‌ها بودند. نتایج مربوط به شاخص های مدل در جدول ۱ نشان داد که مدل از برازش مناسبی برخوردار است. مقداری خی دو به درجه آزادی کمتر ۳ بود، مقدار ریشه برآورد واریانس خطای تقریب کمتر از ۰/۰۸ بود

و مقادیر شاخص برازش تطبیقی، شاخص برازش هنجار شده و شاخص برازش نسبی بالاتر از ۰/۹ بود که همه برازش مناسب مدل را نشان می‌دهد. همچنین بار عاملی تمام سوالات بالای ۰/۳ بود و مقدار تی تمام سوالات بالاتر از ۱/۹۶ بود (به دلیل رعایت اختصار در مقاله جدول مربوط به بارعاملی سوالات ارائه نشده است) که معنی داری آماری آن‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۱. شاخص‌های برازش مدل تحلیل عاملی

معیارهای	نسبت خی	ریشه برآورد	شاخص	شاخص	شاخص
برازش مدل	دو به درجه آزادی	واریانس خطای تقریب	برازش تطبیقی	برازش هنجار شده	برازش نسبی
شاخص	χ^2/df	RMSEA	CFI	NFI	RFI
مقدار	۲/۵۱	۰/۰۷۹	۰/۹۳۰	۰/۹۰۸	۰/۹۰۳

در نهایت هدف اصلی تحقیق با استفاده از روش تاپسیس مورد بررسی قرار گرفت و اثرات جهانی شدن بر ابعاد چهارگانه ورزش کشور اولویت‌بندی شد. یکی از تکنیک‌های مورد استفاده در تصمیم‌گیری چند معیاره است. فلسفه کلی روش تاپسیس این است که با استفاده از گزینه‌های موجود، دو گزینه فرضی تعریف می‌شوند. یکی از این گزینه‌ها مجموعه‌ای است از بهترین مقادیر مشاهده شده در ماتریس تصمیم‌گیری است. این گزینه را اصطلاحاً ایده‌آل مثبت (بهترین حالت ممکن) می‌نامند. ضمن اینکه یک گزینه فرضی دیگر تعریف می‌شود که شامل بدترین حالت‌های ممکن باشد. این گزینه ایده‌آل منفی نام دارد. گزینه انتخابی باید کمترین فاصله را با راه حل ایده‌آل مثبت و کمترین فاصله را با راه حل ایده‌آل منفی داشته باشد. بر این اساس یک نمره برای هر گزینه محاسبه می‌شود و گزینه‌ها مطابق این نمرات رتبه‌بندی می‌شوند.

جدول ۲. اولویت‌بندی اثرات جهانی شدن بر ابعاد مختلف ورزش کشور

ابعاد	میانگین	انحراف معیار	فاصله مثبت	فاصله منفی	ضریب	رتبه
بعد اقتصادی	۶/۴۲	۰/۵۲	۰/۰۰۱	۰/۱۰۹	۰/۹۹	۱
بعد علمی و فنی	۶/۳۶	۰/۵۷	۰/۰۰۹	۰/۰۹۶	۰/۹۱	۲
بعد اجتماعی و فرهنگی	۶/۱۰	۰/۶۶	۰/۱۰۳	۰/۰۰۲	۰/۱۸	۴
بعد تکنولوژیکی و زیست محیطی	۶/۲۶	۰/۵۴	۰/۰۲۶	۰/۰۷۳	۰/۵۵	۳

اثرات جهانی شدن بر توسعه ورزش ایران

همانطور که در جدول ۲ مشخص است از نظر پاسخ دهندگان جهانی شدن بیشترین اثر را بر بعد اقتصادی ورزش دارد و کمترین اثر مربوط به بعد اجتماعی و فرهنگی است. بعد علمی و فنی در رتبه دوم و بعد تکنولوژیکی و زیست محیطی در رتبه سوم قرار دارند.

جدول ۳. اولویت‌بندی اثرات جهانی شدن بر مولفه‌های بعد اقتصادی ورزش

اولویت	ضریب نزدیکی	میانگین	گویه‌ها
۱	۰/۹۹	۶/۶۰	گسترش بازاریابی ورزشی
۲	۰/۹۳	۶/۵۷	جذب حامیان ورزشی بین‌المللی
۳	۰/۹۰	۶/۵۶	گسترش صنعت گردشگری ورزشی کشور
۴	۰/۸۶	۶/۵۴	ایجاد فضای رقابتی تجاری و صنعتی در ورزش
۵	۰/۸۱	۶/۵۲	افزایش نقل و انتقال ورزشکاران و مربیان
۶	۰/۷۲	۶/۵۰	گسترش صنعتی شدن ورزش کشور
۷	۰/۶۹	۶/۴۹	گسترش کارآفرینی در ورزش کشور
۸	۰/۶۶	۶/۴۸	گسترش خصوصی‌سازی در ورزش
۹	۰/۶۱	۶/۴۶	جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی در ورزش
۱۰	۰/۵۲	۶/۳۹	اصلاح قوانین پخش تلویزیونی مسابقات و رویدادهای ورزشی در رسانه‌های ملی
۱۱	۰/۴۸	۶/۳۶	افزایش حجم واردات و صادرات کالاها و خدمات ورزشی
۱۲	۰/۳۸	۶/۳۰	ایجاد زمینه‌ای برای تاسیس شرکت‌های تجاری - ورزشی چند ملیتی در کشور
۱۳	۰/۳۱	۶/۲۵	ظهور و گسترش صنایع جدید ورزشی
۱۴	۰/۲۶	۶/۲۰	ایجاد زمینه‌ای برای ورود باشگاه‌های ورزشی به بورس اوراق بهادار کشور
۱۵	۰/۲۲	۶/۱۸	کاهش قیمت کالاها و تجهیزات ورزشی
۱۶	۰/۱۰	۶/۰۶	ایجاد زمینه برای توسعه فعالیت رسمی دلان ورزشی

همانطور که در جدول ۳ آمده است، گسترش بازاریابی ورزشی، جذب حامیان مالی بین المللی و گسترش صنعت گردشگری ورزشی کشور بیشترین تاثیر را از جهانی شدن می‌پذیرند.

جدول ۴. اولویت بندی اثرات جهانی شدن بر مولفه‌های بعد علمی و فنی ورزش

اولویت	ضریب نزدیکی	میانگین	گویه ها
۱	۰/۹۹	۶/۸۹	ارتقاء تجربه، علم و سطح مهارت‌های فنی ورزشکاران، مربیان و داوران کشور
۲	۰/۸۶	۶/۶۱	توسعه ورزش قهرمانی در کشور
۳	۰/۸۱	۶/۶۰	افزایش توانمندی و قدرت فنی فدراسیون‌ها و هیأت‌های ورزشی
۴	۰/۷۸	۶/۵۹	توسعه ورزش حرفه‌ای در کشور
۵	۰/۷۲	۶/۴۴	گسترش تعاملات و ارتباطات سازمان‌های ورزشی داخلی و بین‌المللی
۶	۰/۷۰	۶/۴۳	توسعه کمی و کیفی زیرساخت‌ها، اماکن و تجهیزات ورزش کشور
۷	۰/۶۹	۶/۴۳	گسترش شایسته سالاری و مدیریت مشارکتی در سازمان‌های ورزشی
۸	۰/۵۹	۶/۴۱	گسترش کمی و کیفی رسانه‌های ورزشی و مطبوعات کشور
۹	۰/۵۶	۶/۴۰	عضویت فعال در سازمان‌های بین‌المللی ورزشی در جهان
۱۰	۰/۴۹	۶/۳۶	شانس بیشتر برای کسب میزبانی و برگزاری رویدادهای ورزشی بین‌المللی
۱۱	۰/۴۵	۶/۳۴	گسترش اهمیت و نقش نهضت داوطلبی در مدیریت برگزاری رویدادهای ورزشی کشور
۱۲	۰/۴۲	۶/۳۲	ارتقاء تجربه، علم و سطح مهارت متخصصان و مدیران و برنامه‌ریزان ورزش کشور
۱۳	۰/۳۸	۶/۳۰	توسعه ورزش همگانی در کشور
۱۴	۰/۳۳	۶/۲۷	بهبود و ارتقاء رکوردها و افتخارات ورزشکاران، مربیان و داوران در رویدادهای ورزشی کشور
۱۵	۰/۳۰	۶/۲۱	ظهور و گسترش ورزش‌های نو و جدید
۱۶	۰/۲۶	۶/۱۹	توسعه و ارتقاء رشته‌ها و گرایش‌های مختلف تربیت بدنی در آموزش عالی و سایر سازمان‌ها
۱۷	۰/۲۳	۶/۱۷	توسعه ورزش آموزشی در کشور
۱۸	۰/۲۱	۶/۱۶	تقویت نظام تقسیم عادلانه منابع مالی، فیزیکی و انسانی بین رشته‌های مختلف ورزشی
۱۹	۰/۱۸	۶/۱۱	امکان مشارکت بیشتر تیم‌ها، ورزشکاران، مربیان و داوران در رقابت‌ها و رویدادهای بین‌المللی
۲۰	۰/۱۱	۶/۱۱	اصلاح و تجدید ساختار سازمان‌های ورزشی دولتی و خصوصی

اثرات جهانی شدن بر توسعه ورزش ایران

بر اساس نتایج در جدول ۴، جهانی شدن بیشترین تاثیر را بر ارتقاء تجربه، علم و سطح مهارت‌های فنی ورزشکاران، مربیان و داوران کشور دارد، توسعه ورزش قهرمانی در کشور و افزایش توانمندی و قدرت فنی فدراسیون‌ها و هیأت‌های ورزشی در رتبه‌های دوم و سوم قرار دارند.

جدول ۵. اولویت‌بندی اثرات جهانی شدن بر مولفه‌های بعد اجتماعی و فرهنگی ورزش

اولویت	ضریب نزدیکی	میانگین	گویه‌ها
۱	۰/۷۲	۶/۴۲	توسعه ارتباطات اجتماعی
۲	۰/۷۰	۶/۳۸	توسعه درک بین‌المللی و احترام به سایر فرهنگ‌ها
۳	۰/۴۵	۶/۲۹	گسترش جریان آزاد اطلاعات (تبادل اطلاعات، عقاید، افکار و ارزش‌ها در سطح بین‌الملل) در ورزش
۴	۰/۷۸	۶/۲۵	افزایش علاقه‌مندان و متقاضیان رسانه‌ها و شبکه‌های ورزشی در کشور
۵	۰/۲۶	۶/۲۳	گسترش ورزش‌های بومی و محلی
۶	۰/۸۶	۶/۲۰	ارتقاء کیفیت و سبک زندگی از طریق ورزش
۷	۰/۹۹	۶/۱۶	توسعه فرهنگ داوطلبی در ورزش کشور
۸	۰/۶۹	۶/۱۵	گسترش همگانی شدن ورزش در جامعه
۹	۰/۵۶	۶/۱۵	گسترش عدالت و امنیت اجتماعی در ورزش
۱۰	۰/۸۱	۶/۱۵	توسعه ورزش بانوان
۱۱	۰/۵۹	۶/۱۳	افزایش مهاجرت بازیکنان و مربیان
۱۲	۰/۱۱	۶/۱۰	ارتقاء و توسعه مهارت ارتباطی و آشنایی با زبان‌های بین‌المللی در ورزشکاران، مربیان مدیران ورزشی
۱۳	۰/۳۳	۶/۰۵	افزایش فرهنگ مصرف‌گرایی در ورزش
۱۴	۰/۴۹	۶/۰۷	حفظ سنت‌ها، آداب و رسوم پهلوانی و ورزشی
۱۵	۰/۲۱	۶/۰۴	کاهش بزه‌کاری و ناآرامی اجتماعی از طریق ورزش
۱۶	۰/۱۸	۵/۹۱	گسترش فرهنگ اسلامی ورزشی
۱۷	۰/۳۸	۵/۹۶	ارتقاء فرهنگ بازی جوانمردانه در ورزش
۱۸	۰/۳۰	۵/۷۷	استفاده از مواد نیروزا و دوپینگ در ورزش
۱۹	۰/۴۲	۵/۷۵	گسترش تهاجم فرهنگی
۲۰	۰/۲۳	۵/۶۷	ارتقاء هویت ملی از طریق مشارکت در رقابت‌های بین‌المللی

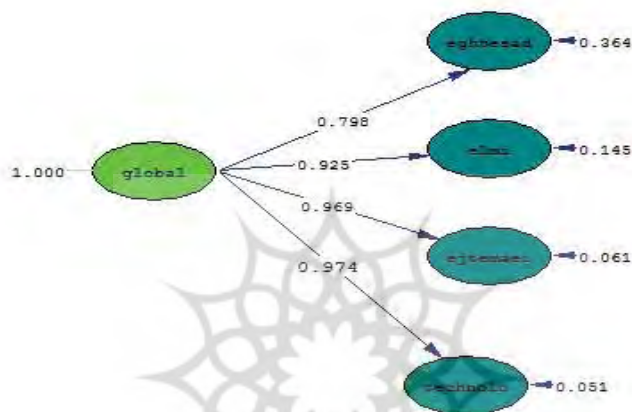
بر اساس نتایج در جدول ۵، جهانی شدن بیشترین تاثیر را بر ارتقاء تجربه، علم و سطح مهارت‌های فنی ورزشکاران، مربیان و داوران کشور دارد، توسعه ورزش قهرمانی در کشور و افزایش توانمندی و قدرت فنی فدراسیون‌ها و هیأت‌های ورزشی در رتبه‌های دوم و سوم قرار دارند.

جدول ۶. اولویت‌بندی اثرات جهانی شدن بر مولفه‌های بعد تکنولوژیکی و زیست محیطی ورزش کشور

اولویت	ضریب نزدیکی	میانگین	گویه‌ها
۱	۰/۹۸	۶/۶۴	اصلاح الگوی مصرف انرژی و گسترش فرهنگ استفاده از انرژی‌های تجدید شونده و پاک
۲	۰/۹۱	۶/۶۱	ارتقاء و گسترش تکنولوژی ساخت اماکن و تأسیسات ورزشی و استفاده از دانش روز جهان
۳	۰/۸۶	۶/۵۳	سازگاری و تلفیق مسائل زیست محیطی با تصمیم‌گیری سازمان‌ها در خصوص ساخت و ساز و استفاده از منابع طبیعی بر اساس استانداردهای جهانی
۴	۰/۸۲	۶/۵۰	استفاده از فناوری‌های نوین و دانش روز دنیا در مدیریت مسابقات و رویدادهای ورزشی
۵	۰/۷۵	۶/۴۶	گسترش مفاهیم زیست محیطی و ارتقاء فرهنگ حفاظت از محیط زیست
۶	۰/۷۳	۶/۴۵	انتقال دانش روز به مدیران، مربیان و ورزشکاران
۷	۰/۶۳	۶/۲۴	ارتقاء سلامت عمومی از طریق گسترش استفاده از ابزارهای کمکی و پزشکی ورزشی
۸	۰/۵۹	۶/۱۸	استفاده چند منظوره از اماکن و تأسیسات ورزشی
۹	۰/۵۶	۶/۱۴	گسترش استفاده از فن‌آوری دیجیتال و رسانه‌های جدید برای افزایش مخاطبان ورزشی
۱۰	۰/۵۲	۶/۱۳	افزایش تعاملات انسان و ابزار مختلف (بازتوانی، توسعه عملکرد معلولین با پروتزها و ابزارهای کمکی)
۱۱	۰/۴۷	۶/۱۰	گسترش فن‌آوری‌های سبز در ساخت و بهره‌برداری از اماکن، تأسیسات و تجهیزات ورزشی
۱۲	۰/۳۹	۶/۰۷	تجهیز و بهره‌برداری از آزمایشگاه‌های مجهز پزشکی ورزشی
۱۳	۰/۳۳	۶/۰۳	افزایش ترافیک، آلودگی و تخریب محیط زیست
۱۴	۰/۲۳	۵/۹۵	گسترش وابستگی تکنولوژیکی به کشورهای توسعه یافته و صنعتی
۱۵	۰/۱۴	۵/۹۱	ارتقاء و گسترش تکنولوژی ساخت تجهیزات وسایل ورزشی در بازار کشور

اثرات جهانی شدن بر توسعه ورزش ایران

بر اساس نظر پاسخ دهندگان در جدول ۶، اصلاح الگوی مصرف انرژی و گسترش فرهنگ استفاده از انرژی‌های تجدید شونده و پاک بیشترین تأثیر را از جهانی شدن می‌پذیرد، بعد از آن، ارتقاء و گسترش تکنولوژی ساخت اماکن و تأسیسات ورزشی و استفاده از دانش روز جهان و سازگاری و تلفیق مسائل زیست محیطی با تصمیم‌گیری سازمان‌ها در خصوص ساخت و ساز و استفاده از منابع طبیعی بر اساس استانداردهای جهانی قرار داشتند. در آخر هم ارتقاء و گسترش تکنولوژی ساخت تجهیزات وسایل ورزشی در بازار کشور کمترین اثر را از جهانی شدن می‌پذیرد.



شکل ۱. مدل آزمون شده پژوهش در حالت استاندارد

جهت بررسی مدل مفهومی پژوهش از مدل معادلات ساختاری و به طور مشخص، از مدل‌های ساختاری (تحلیل مسیر) به وسیله نرم افزار لیزرل استفاده شده است. همانطور که در جدول شماره ۱ نشان داده شد عوامل‌های موثر بر تأثیر جهانی شدن بر توسعه ورزش اجتماعی، علمی، اقتصادی و تکنولوژی می‌باشد که ضرایب بالایی را به خود اختصاص دادند.

بحث و نتیجه‌گیری

بر اساس بررسی انجام شده و نظر متخصصان اثرات جهانی شدن بر ورزش در چهار بعد کلی اجتماعی و فرهنگی، تکنولوژیکی و محیط زیستی، علمی- فنی و اقتصادی دسته بندی شدند. در مرحله بعد با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته نظر متخصصان در مورد میزان اثر جهانی شدن بر هر کدام از ابعاد چهارگانه ورزش بررسی شد و با استفاده از روش تصمیم‌گیری چند معیاره و مدل تاپسیس رتبه بندی شدند. نتایج آزمون آماری نشان داد که بعد اقتصادی ورزش با ضریب نزدیکی ۰/۹۹ بیشترین تأثیر را از جهانی شدن می‌پذیرد. بعد علمی و فنی ورزش با ضریب نزدیکی ۰/۹۱ در رتبه دوم قرار داشت، بعد فرهنگی

و اجتماعی با ضریب نزدیکی ۰/۱۸ در رتبه سوم و نهایتاً بعد تکنولوژیکی و زیست محیطی ورزش کمترین اثر را از جهانی شدن می پذیرد. بر اساس این یافته ها جهانی شدن بیشترین تاثیر را بر اقتصاد ورزش کشور خواهد داشت. در این زمینه یافته های پژوهش نشان داد که گسترش بازاریابی ورزشی، جذب حامیان ورزشی بین المللی، گسترش صنعت گردشگری ورزشی کشور و ایجاد فضای رقابتی تجاری و صنعتی در ورزش جزو مهم ترین اثرات جهانی شدن در بعد اقتصادی ورزش هستند. توسعه جهانی شدن ورزش بخشی از فرآیند جهانی سازی بسیار بزرگتر و بحث برانگیزتر است. با بررسی تاریخی و تحلیلی، این فرآیند بزرگتر جهانی شدن را می توان به عنوان توسعه یک شبکه جهانی از وابستگی های متقابل درک کرد. ورزش مدرن تحت تأثیر الگوهای درهم تنیده اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی جهانی شدن بود. موفقیت شرکت ها در عرضه تجارت بین المللی این است که سازمان ها تبدیل به سازمان های کلاس جهانی شوند. در واقع از ورزش به عنوان ابزاری مؤثر برای بازاریابی و فروش کالاهای ورزشی و غیرورزشی استفاده می شود. سرمایه های پولی و مالی به بازارهای داخلی از طریق برگزاری مسابقات ورزشی در سطح ملی، منطقه ای و بین المللی وارد می شود. از دیگر فواید اقتصادی مستقیم ورزش، تأثیر این صنعت بر مبادلات خارجی کشورهاست که موجب شده سهم این صنعت از تجارت جهانی را به ۲/۵ درصد برساند. سازمان ها به منظور بهبود مزیت رقابتی خود و فعالیت در بازارهای جهانی، ناگزیرند تا با نیازهای در حال تغییر با سرعت بیشتر پاسخ دهند. این پاسخگویی از طریق مدیریت تولید در کلاس جهانی امکان پذیر است. (محمدی و همکاران، ۱۳۹۸: ۷۲).

از بسیاری از جهات بر ورزش مفیده بوده است، گسترش ورزش در جهان باعث افزایش تعداد کشورهای شرکت کننده در رویدادهای ورزشی بین المللی شده است. علاوه بر این، تعداد فزاینده ای از ورزشکاران در طیف متنوعی از رشته ها شرکت می کنند. در کنار آن ورزش اغلب از برخی خطوط جنسیتی، مذهبی و موارد دیگر عبور می کند به عنوان نمونه زنان هم در ورزش های مختلف فعالیت های خاص خود را دارند. پیشرفت در فناوری های ارتباطی، توانایی تبادل بین افراد، سازمان ها و دولت ها را افزایش داده است. همه اینها به نوبه خود به جهانی شدن در حوزه های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کمک کرده است.

اثرات مثبت جهانی شدن شامل تجارت، تولید، بازار کار و بهبود جمعیتی است، در حالی که اثرات منفی شامل واگرایی جوامع، افزایش انتقال، مهاجرت برون مرزی و روستا به شهر و کمبود در زمینه زیرساخت ها می باشد (صدیقی و همکاران، ۲۰۱۹: ۴۱۳). این پدیده به یکپارچگی بین المللی ناشی از تبادل دیدگاه ها، محصولات، ایده ها و سایر جنبه های فرهنگ اشاره می کند. همچنین شامل تعامل بین کشوری و جهانی است، جایی که بومی سازی و جهانی شدن دو روی یک سکه شده اند (شاهن^۱ و همکاران، ۲۰۱۹: ۳۸).

در آثار متعدد درباره جهانی شدن، عوامل متعددی به عنوان نقش کلیدی در حرکت فزاینده به سوی جهانی

^۱ Shahen

اثرات جهانی شدن بر توسعه ورزش ایران

شدن شناسایی شده اند این عوامل عبارتند از: فشارهای شرکت های فراملیتی، سرمایه بین المللی، اقتصادهای نئولیبرال، و دولت های دست راستی که در آن بازارها مقررات زدایی شده و روابط تجاری بین کشورها افزایش یافته است. علاوه بر این، پیشرفت در فناوری های ارتباطی، توانایی تبادل بین افراد، سازمان ها و دولت ها را افزایش داده است. همه اینها به نوبه خود به جهانی شدن در حوزه های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کمک کرده است (تیبو،^۱ ۲۰۰۹:۱۷).

اصولاً یکی از مهم ترین جنبه های جهانی شدن، بعد اقتصادی آن و آزادسازی بازارهای مالی و تحرک سرمایه است؛ به طوری که فرآیند جهانی شدن با آزادی تجاری و از بین بردن موانع محدودکننده گمرکی در تجارت بین کشورها آغاز شده است. یکی از کارکردهای مهم در بحث تاثیر جهانی شدن ورزش؛ بخش اقتصادی آن است. با توجه به اینکه ورزش در کنار تفریح، قهرمانی برای دنیا به عنوان یک صنعت پولساز شناخته شده است که از طریق ورزش به درآمدزایی می رسند، با گسترش حوزه بازاریابی ورزشی و تبلیغات گسترده می تواند بر فروش محصولات و خدمات ورزشی مانور داد. در ورزش شاهد نقل و انتقال ورزشکاران از تیمی به تیمی دیگر هستیم که کشورهای مختلف برای توسعه ورزش از این بخش استفاده می کنند به نوعی که در کشور ایران هم نقل و انتقالات از مربی گرفته تا ورزشکار داخلی و خارجی صورت می گیرد. در کشورها توسعه یافته تمایل بیشتر بخش های خصوصی و سرمایه گذاری در این صنعت بیشتر می باشد به طوری که در بورس می توانند از بخش های مختلف ورزش از جمله خصوصی سازی باشگاه ها برای توسعه و ترویج کار خود استفاده کنند.

در خصوص اثرات جهانی شدن بر صنعت گردشگری ورزشی باید عنوان کرد که صنعت گردشگری در سطح جهانی عمل می کند و بسیاری از افراد در تصمیم گیری برای مزیت رقابتی بین المللی گردشگری دخیل هستند. فناوری اطلاعات و کاهش مرزها، اشکال جدیدی از شرکت ها (نه تنها شرکت های چندملیتی) و سازمان های کوچک تر را ایجاد کرده است. اهمیت رو به رشد اتحاد استراتژیک کسب و کار، باعث ایجاد روابط شبکه ای در روند گردشگری شده است (هوسیونگ، ۲۰۱۲:۱۳۳). بین توسعه اقتصادی صنعت ورزش و عوامل آن توسعه نهادی، ساختار و مالکیت، توسعه رسانه ای، توسعه علمی-پژوهشی، توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن، توسعه نیروی انسانی، توسعه امکانات و زیرساخت، توسعه حقوقی و قانونی، توسعه پناگه های صادرات، توسعه و گسترش شبکه های اجتماعی (با عوامل تولید در کلاس جهانی) کیفیت، نوآوری، هزینه، زمان، انعطاف پذیری (و عوامل خدمت در کلاس جهانی) فروش و پس از فروش رابطه علی و اثرگذار وجود دارد که می تواند باعث توسعه صنعت ورزش در کلاس جهانی شود. (محمدی و همکاران، ۱۳۹۸:۷۲).

^۱ Thibault

همچنین جهانی شدن گردشگری منجر به توسعه سریع کسب‌وکار در مقیاس بین‌المللی به منظور گسترش سهم بازار و سودآوری شده است. با توجه به موقعیت مهم جغرافیایی ایران و همچنین توانایی و قابلیت‌های متنوع گردشگری کشور، می‌توان از گردشگری به عنوان موتور برای توسعه بیشتر کشور استفاده کرد. جهانی شدن به عنوان یک محصول، حاصل پیشرفت در اطلاعات و تحولات اقتصادی است و می‌تواند ماهیت صنعت گردشگری را متحول کند (امیری فهیانی و ملکی، ۲۰۲۰: ۶۷۳). که نتایج این پژوهش همسو با نتایج محمدی و همکاران (۱۳۹۸)، ژانگ و همکاران (۲۰۱۸)، ملکی و فهیانی (۱۳۹۸) می‌باشد.

زمانی می‌توان به جهانی شدن و توسعه ورزش فکر کرد که بتوان اطلاعات و توانمندی‌های فنی و عملی ورزش در سطح دنیا استانداردسازی کرد و این میسر نمی‌شود مرگ با آموزش‌های فنی و عملی. از طرفی با گسترش تعاملات و ارتباطات سازمان‌های ورزشی مختلف از جمله فدراسیون‌های بین‌المللی و کمیته‌های ملی المپیک با کشورهای در حال توسعه تعامل داشت و از اطلاعات و از کم و کیف زیرساخت‌ها، اماکن ورزشی و مورد دیگر بهره کافی را برد. اگر کشوری در سطح امکانات و تجهیزات ورزشی در سطح بالایی باشد که بتواند میزبانی رویدادهای بین‌المللی را از آن خود کند می‌توان گفت که به جهانی شدن ورزش در کشور خود رسیده است. همچنین یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که مهمترین اثر جهانی شدن در بعد علمی و فنی ورزش ارتقاء تجربه، علم و سطح مهارت‌های فنی ورزشکاران، مربیان و داوران کشور، توسعه ورزش قهرمانی در کشور، افزایش توانمندی و قدرت فنی فدراسیون‌ها و هیأت‌های ورزشی و توسعه ورزش حرفه‌ای در کشور می‌باشد. جهانی شدن شرایطی را برای رشد در زمینه یا ارتباطات و اطلاعات فراهم آورده است. به عبارت دیگر، انتقال داده‌ها اندیشه‌ها پیام‌ها و تصاویر از طریق فضای فوق‌قلمرویی به تجارتی سودآور مبدل شده است که جهان و مسائل بین‌المللی را تحت تاثیر قرار می‌دهد و با کم‌رنگ کردن مرزهای جغرافیایی، مرز کلاسیک خودی و بیگانه را در چارچوب منطقی و انسانی باز تعریف می‌کند. به این ترتیب در پرتو ارتباطات و تکنولوژی جدید اطلاعات جهانی شدن، نوعی به هم پیوستگی در سراسر جهان به وجود می‌آید. بنابراین جهانی شدن از طریق ایجاد تعامل شناختی و فرهنگی در میان جوامع می‌تواند آینده همگرایی و همکاری بین‌المللی را تقویت کند که یافته‌های پژوهش با نتایج هوسینگ و همکاران (۲۰۱۲) و سجادی و همکاران (۱۳۹۳) همخوانی دارد.

در بخش اجتماعی و فرهنگی ورزش بیان داشت که برقراری ارتباط اجتماعی و درک بین‌المللی و احترام به سایر فرهنگ‌ها می‌تواند بر توسعه کشورها کمک کند به نوعی که مردم آن کشور تبادل اطلاعات، عقاید، افکار و ارزش‌هایی در سطح بین‌المللی خواهند داشت. کشورهای توسعه یافته از فرآیند جهانی شدن به عاقلانه‌ترین روش برای منافع کشور خود استفاده کرده‌اند. بنابراین اثر جهانی شدن در بعد اجتماعی و فرهنگی ورزش بر روی توسعه ارتباطات اجتماعی، توسعه درک بین‌المللی و احترام به سایر فرهنگ‌ها

اثرات جهانی شدن بر توسعه ورزش ایران

گسترش جریان آزاد اطلاعات (تبادل اطلاعات، عقاید، افکار و ارزش‌ها در سطح بین‌الملل) در ورزش و افزایش علاقه‌مندان و متقاضیان رسانه‌ها و شبکه‌های ورزشی در کشور می‌باشد. خواجه نوری (۲۰۰۷) بیان می‌کند که نتایج پژوهش‌های رسمی و غیر رسمی در خصوص فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در نتیجه جهانی شدن حکایت از گسترش و نفوذ شدید رسانه‌های نوین همچون تلفن همراه، ماهواره و اینترنت در ایران دارد (سجادی و همکاران، ۱۳۹۳: ۵۹). به دلیل تکنولوژی‌های اطلاعات و یا اقتصاد جهانی، بخشهای مختلف جهان به یکدیگر متصل شده‌اند و شهروندان دهکده جهانی از طریق شبکه‌های متعدد ارتباطی نسبت به حدوث هر گونه تحول در هزاران کیلومتر دورتر از محل سکونت خویش آگاه می‌شوند. در بعد فرهنگی جریان جهانی شدن، نهادهای فرهنگی به واسطه تکنولوژی ارتباطی سانه‌های جمعی الکترونیکی و غیر الکترونیکی جریان‌های مهاجرت توریسم و جنبشهای اجتماعی جهانی محتوای زندگی افراد را در سطح جهانی متحول ساخته است همچنین بحث جهانی شدن امروزه در واقع تحمیل فرهنگ و تحمیل یک زندگی خاص برای تمامی دولت‌هاست و در واقع دنیای غرب به دنبال توسعه فرهنگی است که با استفاده از فناوری ارتباطی میان پدیده‌های بومی و جهانی پیوند می‌زند. زمینه‌های فرهنگی از طریق فناوری اطلاعات و تکنولوژی به تقویت باورها در عرضه جهانی می‌پردازند.

بر اساس پژوهش حاضر بیشترین اثرات جهانی شدن در بعد زیست محیطی و تکنولوژیکی ورزش کشور بر اصلاح الگوی مصرف انرژی و گسترش فرهنگ استفاده از انرژی‌های تجدید شونده و پاک، ارتقاء و گسترش تکنولوژی ساخت اماکن و تأسیسات ورزشی و استفاده از دانش روز جهان، سازگاری و تلفیق مسائل زیست محیطی با تصمیم‌گیری سازمان‌ها در خصوص ساخت و ساز و استفاده از منابع طبیعی بر اساس استاندارد‌های جهانی و تجهیزات ورزشی و استفاده از فناوری‌های نوین و دانش روز دنیا در مدیریت مسابقات و رویدادهای ورزشی می‌باشد. یکی از دستاوردهای مهم جهانی شدن، انتقال تکنولوژی و فناوری به سراسر جهان است. در پرتو تکنولوژی جدید و فناوری نوین اطلاعات جهانی شدن، نوعی به هم پیوستگی در سراسر جهان به وجود می‌آید. همچنین فناوری اهمیت خود را در امور زیربنایی، فرایند، کالا و خدمات نشان می‌دهد. فرصت‌هایی که فناوری به وجود می‌آورد بسیار فراوان می‌باشد این عامل باعث افزایش توانایی‌های نوآوری صنایع و جامعه می‌گردد. توسعه همکاری‌های علمی بین‌المللی در دنیای امروز به خصوص در حوزه علوم و فن‌آوری، شالوده اصلی رشد و توسعه علمی هر کشور در فرایند توسعه اقتصادی محسوب می‌شود و باید با توجه به روند جهانی شدن که تاثیر بسزایی بر افزایش همکاری‌های علمی و تحقیقاتی در سطح منطقه‌ای و جهانی دارد، مورد توجه خاص قرار گیرد. اصولاً برای اجرای موفقیت آمیز برنامه‌ها در اختیار داشتن وسایل و تجهیزات امری ضروری است. طبیعی است هر اندازه امکانات و وسایل با نیاز روز متناسب‌تر باشد، نیروی انسانی سازمان از این امکانات بهره بیشتری خواهد برد.

یکی از کارکردهای مهم در بخش صنعت ورزش توجه به امکانات و تجهیزاتی است که برای اغلب رشته های ورزشی لازم می باشد. اگرچه جهانی شدن به نتایج مثبتی در مدیریت ورزش منجر شده است، اما همچنین دارای اشکالات مهمی است که باید درک و احترام گذاشت. ورزش از این بحث ها در مورد کاربرد جنبه های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مستثنی نشده است.

در نظر گرفتن این مورد که با بسترسازی مناسب ما می توانیم از بخش فرهنگی و اجتماعی جامعه برای توسعه ورزش استفاده کرد بکارگیری افراد داوطلب در صنعت ورزش، ارتقای سطح فکری مردم برای میزبانی و استقبال از آن می تواند جایگاه صنعت ورزش ایران را در سطح دنیا بالا ببرد. فراهم سازی زیرساخت ها بویژه زیرساخت های ارتباطی، وجود نمایشگاه های تجاری و سالن های ورزشی مختلف، بکارگیری افراد متخصص در صنعت ورزش برای افزایش توسعه آن، حمایت دولت و سرمایه گذاری آن در فعالیت های ورزش در کشور می تواند بر توسعه ورزش کمک شایانی کند. در کنار آن تعاملات کمیته المپیک و ارتباط فعال آن با سازمان های ورزشی در سطح دنیا تحقق اثر جهانی شدن صنعت ورزش را افزایش دهد.

جهانی شدن به صورت یک الزام و امری گریز ناپذیر درآمده است؛ لذا لازم است که کشورهای آسیب پذیرتر در این میدان به جای گریز و بستن مرزها و درهای جهانی به تقویت پایه ها و زیرساخت های خود بپردازند تا از این رهگذر سهمی از بازار جهانی به دست آورند. آمادگی برای پذیرش اثرات مثبت و منفی جهانی شدن و برنامه ریزی سنجیده برای بهره برداری درست از فرصت های برآمده و برنامه ریزی منسجم جهت اجتناب از اثرات منفی آن یکی از مهم ترین عوامل توانمند ساختن کشورها در حوزه داخلی و جهانی است که لازم است که کشورهای جهان، بویژه کشورهای جهان سوم برای حضور موفق در عرصه جهانی، به آن توجه نمایند. در این راستا با توجه به نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر برنامه ریزی در خصوص بهرمندی از اثرات مثبت جهانی شدن در ابعاد مختلف ورزش کشور ضروری به نظر می رسد و می تواند راهکارهایی جهت برنامه ریزی های آتی برای بهره برداری از فرصت های جهانی شدن باشد. انجام تحقیقات بیشتر در زمینه بررسی اثرات جهانی شدن در گسترش صنعتی شدن ورزش و ظهور صنایع جدید ورزشی، افزایش نقل و انتقال ورزشکاران و مربیان ورزشی، توسعه ورزش حرفه ای، قهرمانی، همگانی و آموزشی، حفظ سنت ها، آداب و رسوم پهلوانی و ورزشی در عین جهانی شدن، نقش جهانی شدن در استفاده از مواد نیروزا و دوپینگ در ورزش، بررسی اثرات جهانی شدن در گسترش ورزش های بومی و محلی و نقش جهانی شدن در اصلاح و تجدید ساختار سازمان های ورزشی دولتی و خصوصی ضروری به نظر می رسد. محدودیت هایی که می تواند در این بخش بیان کرد همکاری کم سازمان های ورزشی با بخش های خصوصی، همکاری ضعیف دولت در بخش میزبانی رویدادهای ورزشی که این به توجه بیشتر فدراسیون های ورزشی و کمیته ملی المپیک برمیگردد که چه برنامه هایی در این زمینه دارند. بخش بعد که به عنوان

اثرات جهانی شدن بر توسعه ورزش ایران

یک محدودیت در کشور ما در صنعت ورزش می باشد نقل و انتقالات ورزشکاران است که رعایت اصولی قوانین و قراردادهای ورزشکاران باعث می شود که صنعت ورزش ایران در سطح جهان بیشتر شناخته شده و ورزشکاران در رشته های مختلف ورزشی بتوانند در تیم های مطرح دنیا فعالیت و کسب تجارت داشته باشند.

منابع

- پیشگاهی فرد، زهرا؛ محمدزاده، آزاده و شفقتی، مهدی. (۱۳۹۲). «فرایند جهانی شدن و تأثیر آن بر توسعه گردشگری». اولین همایش بین المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار.
- خسروی، حسین. (۱۳۸۵). «فضای شهری و گردشگری ورزشی». همایش ملی شهر و ورزش، (۱)، صص. ۶۱-۶۲. سجادی، سید نصرالله؛ بهنام، محسن و هاشمی، زهرا. (۱۳۹۳). «چالش های مدیران ورزشی در ایران». مطالعات مدیریت ورزشی، (۲۲)۶، صص. ۳۹-۶۲.
- غفوری، فرزاد و هنرور، افشار. (۱۳۸۷). اثرات جهانی شدن بر استراتژی های ورزش و تربیت بدنی. تحقیق در مورد علوم ورزشی، (۱۷)، ۶۱-۵۱.
- کشکر، سارا و سلیمانی، مجتبی. (۱۳۹۱). نقش برنامه خصوصی سازی بر توسعه ورزش های همگانی از دیدگاه کارشناسان. نشریه پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی، (۱)۲، ۱۰۴-۹۹.
- مال میر، مهدی. (۱۳۸۵). اثرات ورزش بر توسعه شهری: رابطه بین توریسم ورزشی و توسعه شهری. در مقالات اولین همایش ملی شهر و ورزش (صص. ۱۰-۱). مکان برگزاری: [شهر، کشور برگزارکننده].
- محمدی عسکرآبادی، مسعود؛ عدی، حسین و عباسی، همایون. (۱۳۹۹). «تحلیل تماتیک عوامل مؤثر بر اقتصاد ورزش ایران». فصلنامه مدیریت و توسعه، (۹)۴، صص ۲۰-۳۵.
- محمدی، فروغ؛ کلاته سفیری، معصومه؛ رضوی، سید محمد حسین و فارسی جانی، حسن. (۱۳۹۸). «طراحی مدل کیفی توسعه اقتصادی صنعت ورزش ایران با رویکرد تولید در کلاس جهانی». پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی، (۲۹)۱، صص ۶۹-۸۲.
- مصلی نژاد، عباس. (۱۳۹۹). «سیاست گذاری قواعد و نهادهای ورزشی در عصر جهانی شدن و جامعه شبکه ای». مطالعات فرهنگی- اجتماعی المپیک، (۳)۱، صص ۳۳-۵۶.
- AKDAĞCIK, İ. U., & Temel, A. (۲۰۲۲). **Development of the Opinions on the Effects of Globalization in Sports Sciences Scale**. Journal for the Education of Gifted Young Scientists, ۱۰(۲), ۳۳۵-۳۴۵.
- Akkaya, C. (۲۰۰۸). **Globalization and the Transformation of Football [Küreselleşme ve Futboldaki Dönüşüm]**, ETHOS: Dialogues in Philosophy and Social Sciences, ۱-۴.
- Atasoy, B., & Kuter, F. Ö. (۲۰۰۵). **Küreselleşme ve spor**. Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, ۱۸(۱), ۱۱-۲۲.
- Chatzigianni, E. (۲۰۱۸). **Global sport governance: Globalizing the globalized**. Sport in Society, ۲۱(۹), ۱۴۵۴-۱۴۸۲.
- Ekmekçi, A., Ekmekçi, R., & İrmiş, A. (۲۰۱۳). **Globalization and the sports industry**. Pamukkale Journal of Sport Sciences, ۴(۱), ۹۱-۱۱۷.
- Espy, R. (۲۰۱۸). **The politics of the Olympic games (Rep. ed.)**. University of California Press.
- Giulianotti, R., Hognestad, H., & Spaaij, R. (۲۰۱۶). **Sport for development and peace: Power, politics, and patronage**. Journal of Global Sport Management, ۱(۳-۴), ۱۲۹-۱۴۱.
- Hociung, I. G., & Francu, L. G. (۲۰۱۲). **Globalization - tourism - communication, competitiveness triangle on the market affected by the economic crisis**. Theoretical and Applied Economics, ۷(۵۷۲), ۱۳۳-۱۴۶.
- Karademir, T. (۲۰۱۳). **The effects of globalisation on sports education institutions**. International Journal of Academic Research Part B, ۵(۲), ۱۱۶-۱۲۱.
- Karademir, T. (۲۰۱۳). **The effects of globalisation on sports education institutions**. International Journal of Academic Research, ۵(۲), ۱۲۲-۱۶۱.

- Karademir, T., Acet, M., Karakaya, Y. E., & Ersoy, A. (۲۰۱۲). **Opinions on and attitudes towards electronic trade in the field of physical education and sports.** International Journal of Academic Research, ۷(۵-۸), ۷۵-۸۴.
- Li, H., & Nauright, J. (۲۰۱۸). **Boosting ice hockey in China: Political economy, mega-events and community.** Sport in Society, ۲۱(۸), ۱۱۸۵-۱۱۹۵.
- Maguire, J. (۲۰۰۱). **Global sport: Identities, societies, civilizations.** Polity Press.
- Maleki, S., & Amiri Fahlyani, M. (۲۰۲۰). **Strategic management relationships with tourism in the age of globalization.** Quarterly Journal of the Macro and Strategic Policies, ۷(۲۸), ۶۷۰-۶۹۷.
- Nauright, J., & Zipp, S. (۲۰۱۸). **The complex world of global sport.** Sport in Society, ۲۱(۸), ۱۱۱۳-۱۱۱۹.
- Shahen, A., Hossain, B., Hossain, B., & Johan, N. (۲۰۱۹). **Globalization and Bangladesh: An analysis from cultural perspective.** IOSR Journal of Humanities and Social Science, ۲۵(۱), ۳۲-۴۱.
- Siddiqui, S., Tasnim, N., Afzal, M. N. I., & Dutta, S. (۲۰۱۹). **Aspects of globalization: Spotlight on Latin America.** In Globalization and development (pp. ۴۱۱-۴۲۰). Springer, Cham.
- Thibault, L. (۲۰۰۹). **Globalization of sport: An inconvenient truth.** Journal of Sport Management, ۲۳(۱), ۱-۲۰.
- Zhang, J. J., Brandon, M. E., K Qian, T. Y., & Nauright, J. (۲۰۱۸). **The sport industry in growing economies: Critical issues and challenges.** International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, ۱۹(۲), ۱۱۰-۱۲۶.
- Zhang, J. J., Pitts, B. G., & Kim, E. (۲۰۱۷). **Introduction: Sport marketing in a globalized marketplace.** In Contemporary sport marketing (pp. ۳-۲۲). Routledge.

