

## شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه دیپلماسی اقتصادی در ورزش ایران

مازیار کلاشی\*<sup>۱</sup> - بهنام نفی پور گیوی<sup>۲</sup> - زهره خسروی پور<sup>۳</sup>

۱. استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران. ۲. استادیار مدیریت ورزشی، پژوهشگاه تربیت بدنی و

علوم ورزشی، ایران. ۳. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۳۰، تاریخ تصویب: ۱۴۰۲/۱۲/۰۶)

### چکیده

هدف از پژوهش حاضر شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه دیپلماسی اقتصادی در ورزش ایران بود. این پژوهش از نوع توصیفی - همبستگی بود و جامعه آماری شامل کلیه اساتید، صاحب نظران، کارشناسان مدیریت ورزشی و علوم اقتصادی آشنا به مقوله اقتصاد ورزش بوده است. نمونه آماری با توجه به فرمول کوکران برآورد شد و در نهایت، ۱۴۴ پرسش نامه در تجزیه و تحلیل آماری استفاده شد؛ برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد که روایی سوری و محتوایی آن توسط ۸ نفر از صاحب نظران مورد تأیید قرار گرفته و پایایی آن نیز به وسیله آزمون کرونباخ تأیید شد. جهت دستیابی به اهداف پژوهش از معادلات ساختاری (تحلیل عاملی مرتبه سوم) و نرم افزار اسمارت پی ال اس ۳ استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد بستر سازی اقتصادی، توسعه دانش و اطلاعات، توسعه ارتباطات، کیفیت بخشی صادرات، توسعه صادرات، توسعه بخش خصوصی، مشارکت فعال و پشتیبانی هشت عامل کلیدی توسعه دیپلماسی اقتصادی در ورزش ایران می‌باشند. با توجه به نتایج حاصل از پژوهش، از یک سو می‌توان نتیجه گرفت که توسعه بخش خصوصی و افزایش مشارکت فعال و پشتیبانی در حوزه صنعت ورزش می‌تواند به توسعه دیپلماسی اقتصادی ورزش کمک نماید و از سوی دیگر ترویج و تسهیل صادرات با کیفیت و تقویت و توسعه ارتباطات و روابط دیپلماتیک و اقتصادی نیز می‌تواند به عنوان دیگر عوامل مؤثر بر توسعه دیپلماسی اقتصادی در ورزش ایران باشد.

### واژه‌های کلیدی

اقتصاد ورزش، دیپلماسی عمومی، دیپلماسی اقتصادی، دیپلماسی ورزشی، دیپلماسی اقتصادی در ورزش.

## مقدمه

حوزه‌های مهم صنعتی با شاخه‌های گوناگون را تشکیل می‌دهد و هر روز بر دامنه آن افزوده می‌شود. در بخش‌های اقتصادی مانند گردشگری ورزشی، شرکت‌ها و مراکز ورزشی، برگزاری همایش‌های بزرگ ورزشی، اوقات فراغت، تبلیغات، باشگاه‌ها و در نهایت خود ورزش از مهم‌ترین زمینه‌های اقتصادی مرتبط با ورزش هستند (۵). مطالعات نشان می‌دهد که سهم صنعت ورزش از تولید ناخالص داخلی کشورها بین ۰/۵ تا ۲ درصد می‌باشد. تولید صنعت ورزشی چین در سال ۲۰۱۳ به ۱/۱ تریلیون یوان رسید که ۱۱/۹۱ درصد نسبت به سال ۲۰۱۲ افزایش یافته است. همچنین در سال ۲۰۱۳، ارزش افزوده ۳/۳۵۶ میلیارد یوان بود که ۰/۶۳ درصد از تولید ناخالص داخلی را به خود اختصاص داده است. آمارها نشان می‌دهد که درآمد تولید شده در بازار جهانی ورزش در سال ۲۰۱۳، حدود ۷۶ میلیارد دلار آمریکا بوده است (۶). در صنعت ورزش و اقتصاد ورزش، صادرات کالاهای ورزشی، یکی از مهم‌ترین بخش‌های این صنعت است که نقش ویژه‌ای در افزایش رشد اقتصادی کشورها دارد. همچنین با توجه به اتکای ایران به اقتصاد تک محصولی و صرفه‌جویی از فشارها و بحران‌های اقتصادی، لزوم توجه به این بخش از صنعت ورزش کشور که ظرفیت شکوفایی و توسعه را نیز دارد، بیش از پیش مورد نیاز است (۷).

طبق آمار سایت سازمان تجارت جهانی آمده است که در سال ۲۰۱۶ سهم کشور ما از صادرات کفش ورزشی ۲ دهم درصد و پوشاک ورزشی ۹ صدم درصد بوده است. کشور ایران در این مدت حدود ۳۲ میلیون و ۸۹۰ هزار دلار صادرات داشته که در مقابل صادرات جهان رقم قابل توجهی نیست. کشورهای ژاپن، انگلیس، آلمان و آمریکا بازارهای اصلی تجهیزات ورزشی هستند و ایالات متحده به تنهایی ۴۰/۶ درصد از سهم این بازار را در اختیار دارد. بنابراین

ورزش پدیده‌ای است با ابعاد مختلف سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی به گونه‌ای که بخش قابل توجهی از جمعیت جهان در قالب یک ورزش کار حرفه‌ای یا آماتور، تماشاگر، مربی، جامعه‌شناس و اقتصاددان ورزشی، برگزارکننده رویداد ورزشی، اسپانسر مالی، شرکت تبلیغاتی، سیاست‌مدار و غیره درگیر است (۱). به باور را تن و فربا<sup>۱</sup> (۲۰۱۷) ورزش نوعی سیاست اجتماعی است که می‌تواند به حل مسائل جامعه کمک کند. سیاست‌های ورزشی و سیاست‌های مربوط به تخصیص بودجه از نوع کارآفرینی و نوآوری در ورزش هستند که ناشی از تأثیر نیروهای فرهنگی، اقتصادی و سیاسی بر جامعه است (۲). علاوه بر حوزه‌های فرهنگی، ورزش به‌عنوان یکی از ابعاد مهم و تأثیرگذار نقش به‌سزایی در توسعه اقتصاد سیاسی کشورها داشته است. ورزش به‌دلیل جنبه‌های سیاسی و فرهنگی به‌طور گسترده‌ای به رسمیت شناخته شده است و امروزه ورزش‌های بین‌المللی بخشی جدایی‌ناپذیر از پوشش‌های روابط میان ملت‌هاست (۳). در این راستا می‌توان گفت سهم هر کشوری از صنعت ورزش بسته به نوع فرهنگ و دیدگاه تصمیم‌گیرندگان سیاسی متفاوت است؛ در کشورهایی که ورزش صرفاً ابزاری برای سرگرمی مردم است، در مقایسه با کشورهایی که ورزش جزئی از اقتصاد کلان آنهاست، شاهد گردش مالی متفاوتی از ورزش را بوده‌ایم. به‌عنوان مثال، در انگلستان، صنعت ورزش جزو ۱۵ صنعت بزرگ آن کشور است و از طرفی در برخی از کشورهای توسعه‌نیافته، ورزش حتی یک صنعت تولیدی کوچک نیست. اما آنچه مشخص است سهم بالای درآمد کشورهای توسعه‌یافته در صنعت ورزش است (۴). صنعت ورزش و تجارت کالاهای ورزشی یکی از موضوعات مهم اقتصادی می‌باشد، تولید کالاهای ورزشی هم اکنون یکی از

ناخالص داخلی کشورها کمک می‌کند و از این جهت به عنوان یک ابزار اقتصادی مورد توجه دولت‌ها قرار می‌گیرد (۱۰). بنابراین یکی از بخش‌هایی که می‌تواند به اقتصاد کشور کمک کند، ورزش است. برخی از جنبه‌های ورزش مانند هزینه‌های زیربنایی و زیرساختی در کشوری مانند ایران برای دستیابی به کارایی مناسب نیازمند مداخله و حمایت دولت است. سرمایه‌گذاری در ورزش اهداف و زمینه‌های اجتماعی و اقتصادی گسترده‌ای دارد (۱۱).

یکی از بخش‌هایی که ورزش می‌تواند به توسعه آن کمک کند، بخش اقتصادی هر جامعه است. امروزه رشد اقتصادی باعث توسعه همزمان بازارهای کار می‌گردد که همین امر باعث افزایش توانایی نیروی کار در ایجاد انگیزه در بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در زمینه‌های مختلف می‌شود و ورزش نیز می‌تواند گزینه مناسبی برای سرمایه‌گذاری در بعد اقتصادی باشد (۱۱)، از آنجا که سهم ورزش در اقتصاد ملی، ارتباط مستقیمی با میزان سرمایه‌گذاری انجام شده در بخش ورزش دارد که با توجه به محدودیت‌ها و تنگناهایی که بخش خصوصی برای مشارکت در توسعه‌ی ورزش دارد نسبت به کشورهای توسعه‌یافته در شرایط کنونی بسیار کم است. بنابراین در کشورهای ایتالیا، انگلیس و آلمان نسبت اقتصاد ورزش به تولید ناخالص داخلی به ترتیب ۲ درصد، ۱/۷ درصد و ۱/۴ درصد است و اکنون این نسبت در کشور ایران ۱/۱ درصد است. همان طور که در ایران به رسمیت شناخته شد، ورزش همیشه به‌عنوان یکی از مباحث فرعی در اقتصاد مورد توجه قرار گرفته است کمتر از ۱ درصد تولید ناخالص داخلی از طریق اقتصاد ورزش تأمین می‌شود. مشکلات زیادی در بازار کالاها و خدمات ورزشی در ایران وجود دارد. در سال‌های اخیر حدود ۷۵ درصد از تولیدکنندگان کالاها و ورزشی به صورت نیمه تعطیل و بخش اعظمی از آنها تعطیل شده‌اند. گران شدن مواد اولیه، افزایش هزینه‌ها، بیمه کارگری و

کشور ایران در بازارهای بین‌المللی همچنان با پارامترها و شاخص‌های مطلوب در خصوص صادرات کالاها و ورزشی فاصله زیادی دارد. در عرصه بین‌المللی آنچه مانع حضور کالاها و ورزشی ایرانی می‌شود، نه تنها فشارهای سیاسی بین‌المللی و سخت‌گیری در عرضه کالاها و ورزشی در بسیاری از کشورها را بهانه قرار داد، بلکه عوامل داخلی مانند فقدان تحقیقات بازاریابی، عدم تخصیص مناسب تعرفه‌های صادراتی، ضعف در آمادگی فنی و تکنولوژی، عدم بسته‌بندی و کیفیت مناسب، بالا بودن قیمت‌های تمام شده، ضعف در نوآوری، ارائه خدمات، ارتباطات و غیره نیز وجود دارد این باعث شده است که رقبا حتی در بازارهای منطقه‌ای از تولیدکنندگان داخلی پیشی بگیرند (۶). امروزه ورزش، یکی از ملزومات اساسی زندگی اجتماعی و از عرصه‌های بسیار مهمی است که دولت‌ها، افراد و سازمان‌های بین‌المللی با آگاهی کامل از ابعاد سیاسی و اجتماعی آن، همواره تمایل داشته‌اند تا از آن برای دستیابی به اهداف مدنظر خود بهره‌برداری کنند (۸). در عصر حاضر، ورزش به‌عنوان یک رشته اقتصادی، چه از بعد عملی و چه از بعد تماشایی، نقش اساسی در تولید و مصرف کالاها و خدمات ورزشی و توسعه اقتصادی جوامع مختلف ایفا می‌کند و همچنین یکی از مهم‌ترین عوامل اثرگذار در رشد اقتصادی به‌شمار می‌رود. امروزه ورزش در سراسر جهان روند رو به رشدی دارد که کشور ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست. به‌طوری که ورزش و تفریحات سالم به‌عنوان یک صنعت پردرآمد، به‌طور مستقیم و غیرمستقیم به توسعه کشورهای جهان کمک می‌کند و صنعت مهم و عاملی اثرگذار در رشد اقتصادی این کشورها محسوب می‌شود (۹). گرایش روزافزون مردم به سمت ورزش و نیاز به مصرف کالاها و خدمات ورزشی باعث شده است که صنعت ورزش فرآیند درآمدزایی قابل توجهی را تجربه کند و سهم به‌سزایی در اقتصاد کشورها داشته‌باشد. ورزش به تولید

تسهیلات، تبلیغات، پوشش رسانه‌ای، اشتغال و جذب گردشگر و حامیان مالی را به‌همراه خواهد داشت. اما آثار اقتصادی غیرمستقیم ورزش نیز موجب بهبود سلامت و کاهش هزینه‌های درمان و در نتیجه توسعه برنامه‌های ملی و نیروی کار می‌گردد و نقش اساسی در کاهش هزینه‌های درمان خانوار و دولت دارد. همچنین این امر باعث کاهش غیبت کارکنان و افزایش عملکرد و بهره‌وری آن‌ها می‌شود (۱۷).

امروزه دیپلماسی در بستر دگردیسی‌های جهانی و در نتیجه تحولات مفهومی و مصداقی فراتر از قالب‌های مضیق سنتی، در حوزه‌های موضوعی و عملیاتی مختلف فعال شده است. در چارچوب این روند در حال تغییر، اقتصاد به حوزه پرکاربرد دیپلماسی و در واقع، بنا به ضرورت‌های متعدد به الزام سیاست خارجی کشورها تبدیل شده است. دولت‌ها اهداف اقتصادی را بالاتر از اهداف ملی در اولویت قرار داده‌اند و تأمین آن را نه فقط با اتکا به منابع داخلی و در سطح ملی، بلکه با بهره‌گیری از منابع خارجی و در سطوح فراملی دنبال می‌کنند. در این معنا، دیپلماسی اقتصادی به مفهوم اولویت‌بخشی به اهداف اقتصادی در سیاست خارجی بوده و یکی از ابزارهای مهم پیشبرد رشد و توسعه اقتصادی کشورها به‌عنوان هدفی ملی به‌شمار می‌آید. به‌گونه‌ای که، امروزه دولت‌ها ناگزیر از تلاقی دیپلماسی و سیاست‌های اقتصادی ملی و بین‌المللی خود را به هم می‌پیوندند و منافع اقتصادی و منافع سیاسی-امنیتی را با هم ترکیب می‌کنند. بر این اساس، تنظیم و گسترش روابط اقتصادی به مرکز دیپلماسی منتقل شده و موقعیتی هم‌تراز موضوع‌های سیاسی-امنیتی یافته است؛ تا علاوه بر تأمین منافع اقتصادی به تقویت روابط سیاسی و در نهایت ارتقای امنیت ملی کشورها بینجامد (۱۸). در عصر مدرن، دیپلماسی، فعالیت‌های سیاسی یک کشور است که برای تضمین و ترویج منافع و ارزش‌های ملی در روابط بین‌الملل خود بدون

دستمزد از جمله عواملی است که تولیدکنندگان را با مشکل مواجه کرده است (۱۲). یکی از مواردی که می‌تواند در توسعه ورزش تأثیر به‌سزایی داشته‌باشد، مسائل اقتصادی است. از نیمه دوم قرن بیستم رونق اقتصادی در غرب و نیاز به بازاری برای فروش کالاها در سطح بین‌المللی و داخلی، سرمایه‌گذاران را به فکر استفاده از ظرفیت‌های اقتصادی ورزش انداخت (۱۳). توسعه ورزش به‌عنوان یک حوزه مطالعاتی از سال ۱۹۷۰ مورد توجه محققان قرار گرفته است و فرایندی است که فرصت‌هایی را برای افراد در هر سنی، با هر میزان علاقه و سطح توانایی، برای مشارکت، بهبود و پیشرفت در فعالیت‌های ورزشی، فراهم می‌کند. برخی نیز توسعه ورزش را به‌عنوان تضمین مسیرها و ساختارهایی معرفی می‌کنند تا مردم بتوانند مهارت‌های حرکتی را یاد بگیرند، در ورزش انتخابی خود شرکت کنند، شایستگی و عملکرد خود را توسعه دهند و به سطوح بالایی برسند (۱۴). مشکلات اقتصادی به‌ویژه در بخش تولید و درآمد از جمله مسائل مهمی است که انسان‌ها همیشه با آن مواجه هستند و ثمره هر نظام اقتصادی، تولید و در نتیجه مصرف کالا و خدمات است که به‌عنوان رایج‌ترین شاخص ارزیابی اقتصادی یک جامعه محسوب می‌شود (۱۵)؛ زیرا فقر و غنای هر کشور به ظرفیت تولید سرانه نظام‌های اقتصادی در بخش‌های مختلف آن بستگی دارد. بنابراین تولید بیشتر، امکان سرمایه‌گذاری و ظرفیت‌سازی اقتصادی را در آینده فراهم می‌کند و در نهایت زندگی مادی، اجتماعی و فرهنگی بهتری را برای نسل بعدی فراهم می‌سازد (۱۶). در این راستا، نقش اقتصادی ورزش را می‌توان در دو گروه تأثیرات اقتصادی مستقیم و غیرمستقیم تقسیم کرد. در بررسی تأثیرات اقتصادی مستقیم، ورزش به عنوان تفریح یا فعالیت بدنی در نظر گرفته می‌شود. بدین ترتیب، آثاری همچون تولید کالا و خدمات ورزشی، صادرات و واردات، کاهش هزینه‌های خانوار، ایجاد اماکن و

خصوص دیپلماسی اقتصادی مشترک می‌باشد آن است که دیپلماسی اقتصادی شامل اقدامات رسمی دیپلماتیک است که اولاً دسترسی به بازارهای خارجی را برای کسب و کارهای ملی تسهیل می‌کند، ثانیاً موجب جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی می‌شود و ثالثاً بر اثرگذاری روی قوانین بین‌المللی در راستای پیشبرد منافع ملی تأکید می‌نمایند. شایان‌ذکر است که تعاریف مذکور، شامل مفاهیمی همچون تحریم‌ها و مجازات‌ها به‌منظور تحت فشار قرار دادن کشورها و یا کمک‌های توسعه‌ای و حمایت‌های اقتصادی برای یارگیری در صحنه بین‌المللی نیز می‌باشند. در این راستا می‌توان به تأثیرات تحریم‌های اعمال شده بر کشورهای ایران، روسیه یا کوبا و یا کمک‌های مالی کلان آمریکا و ژاپن به کشورهای همسو با سیاست‌های آنها اشاره کرد. با توجه به آنچه مطرح شد، می‌توان گفت به‌طور کلی اصطلاح دیپلماسی اقتصادی به‌معنای به‌کار بستن طیف وسیعی از ابزارهای اقتصادی توسط دولت‌ها در خارج از مرزها به‌منظور حفظ منافع ملی می‌باشد که با مشارکت سایر بازیگران (مانند جامعه مدنی، بخش‌های عمومی و خصوصی) در زمینه‌های مختلف همچون امنیت، منابع طبیعی (مانند آب، تغییرات آب و هوایی، انرژی)، تجارت، رشد، کمک و اعانه، سرمایه‌گذاری و توسعه می‌باشد (۲۱).

دیپلماسی اقتصادی نوعی دیپلماسی است که از طیف کامل ابزارهای اقتصادی یک کشور برای دستیابی به منافع ملی خود استفاده می‌کند. دیپلماسی اقتصادی مربوط به مسائل سیاست اقتصادی است، به‌عنوان مثال کار هیئت‌ها در سازمان‌های استاندارد مانند سازمان تجارت جهانی (WTO). دیپلمات‌های اقتصادی همچنین سیاست‌های اقتصادی در کشورهای خارجی را نظارت و گزارش می‌دهند و به دولت داخلی توصیه می‌کنند که چگونه بهترین تأثیر را بر آنها بگذارد. دیپلماسی اقتصادی منابع اقتصادی را به عنوان پاداش یا تحریم در پی یک هدف خاص سیاست

استفاده از اعمال یا ابزارهای اجبار، تبلیغات یا قانون استفاده می‌کنند، و دولت‌ها با استفاده از آن به گفت‌وگو، مذاکره و با سایر کشورها یا بازیگران مختلف در عرصه بین‌المللی می‌پردازند. این وظایف دیپلماتیک دولتی محور عمدتاً توسط بازیگران دولتی یا دیپلماتیک، یعنی وزارت امور خارجه با زیرساخت‌های دیپلماتیک خود، به‌عنوان دربان سیاست داخلی و بین‌المللی انجام یا هماهنگ می‌شود (۱۹). بنابراین دیپلماسی ورزشی به مثابه یکی از شاخه‌های نوین دیپلماسی عمومی تأثیر زیادی بر توسعه سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی هر کشوری دارد؛ همچنین برگزاری رویدادهای بزرگ ورزشی مثل جام جهانی فوتبال باعث رساندن پیام یک ملت به سایر ملت‌ها می‌شود. روسیه نیز به‌عنوان یکی از دولت‌های قدرتمند جهان که همواره طی سال‌های پس از فروپاشی شوروی مورد اتهامات و تحریم‌های متعدد قرار گرفته است، توانست از برگزاری موفق جام جهانی ۲۰۱۸ در جهت بهبود و تقویت تصویر خود در عرصه بین‌الملل در کنار سایر کارکردهای ورزش در این حوزه مانند کسب منزلت و پرستیژ بین‌المللی، معرفی خود به‌عنوان کشوری صلح‌دوست و خواهان تعامل و تبادل فرهنگی، جلوگیری و کاهش انزوای سیاسی، توسعه اقتصادی از طریق بهبود گردشگری ورزشی و افزایش انسجام ملی این کشور بهره‌برد و راه را برای اجرای سیاست‌های منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای خود هموار نماید (۲۰). یکی از ابزارهای نوین، کارآمد و قدرتمند دولت‌ها برای کنش در فضای بین‌المللی و دستیابی به موقعیت بهتر در اقتصاد جهانی، "دیپلماسی اقتصادی" است. اولین تلاش‌ها برای تعریف این نوع دیپلماسی به آغاز قرن بیست و یکم برمی‌گردد. اما کار جدی در این زمینه از سال ۲۰۰۹ آغاز شده‌است. با این حال هنوز، یک تعریف استاندارد از دیپلماسی اقتصادی به‌دست نیامده است و تعاریف مختلفی در این زمینه وجود دارد. آنچه در همه تعاریف موجود در

ابداع شده‌است در این بخش از گزارش به حضور ایران در سه بازار عراق، امارت و سوریه پرداخته‌است. مطابق با آمار بانک جهانی، میانگین واردات کالایی کشورهای منطقه در سال‌های ۲۰۱۴-۲۰۱۶ معادل ۷۹۰ میلیارد دلار بوده است که ایران با میانگین صادرات به ارزش ۱۸,۴ میلیارد دلار تنها ۲,۳ درصد از این بازار را به خود اختصاص داده است. در بین ۱۹ کشور منطقه تمرکز صادرات ایران به ترتیب بر سه کشور عراق، امارات و افغانستان بوده است که در مجموع حدود ۷۵ درصد صادرات ایران در منطقه به سه کشور مذکور صورت می‌پذیرد؛ بنابراین سهم صادرات ایران در ۱۶ کشور دیگر کمتر از یک درصد است. این ارقام نشان می‌دهند که ایران علی‌رغم برخورداری از یک بازار بزرگ در پیرامون خود به‌خوبی از آن بهره‌برداری نکرده است اما شاید از طریق دیپلماسی اقتصادی و همچنین دیپلماسی تجاری مناسب بتواند سهم خود در بازار منطقه را افزایش دهد. روابط سیاسی مناسب بین ایران و روسیه در مسائل منطقه‌ای و همچنین تحریم روسیه از سوی غربی‌ها فرصت طلایی برای اقتصاد ایران بوده و هست که متأسفانه این فرصت مورد غفلت جدی واقع شده است. وجود دیپلماسی اقتصادی مناسب می‌توانست زمینه‌ساز بهره‌مندی از بازار بزرگ ۱۴۳ میلیون نفری روسیه باشد. صادرات ۴۴۷ میلیون دلاری ایران به روسیه در سال ۲۰۱۲ با کاهش حدود ۶۰ درصد به ۱۸۳ میلیون دلار در سال ۲۰۱۶ رسیده است.

در عصر کنونی علی‌رغم اهمیت دیپلماسی اقتصادی، تحریم‌ها و چالش‌های زیادی متوجه آن است. که در کشور ایران حل مشکلات اقتصادی و راهبردی در کنار برنامه‌ریزی داخلی، نیازمند حل مشکلات خارجی و استفاده از دیپلماسی اقتصادی هوشمندانه است تا نظام اقتصادی متناسب با این چالش‌ها و تحولات را اتخاذ کند. با توجه به موقعیت ژئوپلیتیکی در منطقه غرب آسیا (به‌عنوان قطب

خارجی به کار می‌گیرد. این گاهی اوقات "دولت اقتصادی" نامیده می‌شود. دامنه دیپلماسی اقتصادی می‌تواند شامل تمام فعالیت‌های اقتصادی بین‌المللی یک کشور باشد، از جمله: تصمیمات سیاسی که برای تأثیرگذاری بر صادرات، واردات، سرمایه‌گذاری، وام دادن، کمک، توافقنامه‌های تجارت آزاد و غیره طراحی شده‌اند (۲۲). دیپلماسی اقتصادی در دهه‌های اخیر به ابزاری مهم در روابط جوامع خارجی دو کشور به‌منظور بهره‌برداری از فرصت‌های دوجانبه و چندجانبه و همچنین منافع اقتصاد جهانی به‌منظور تأمین منافع ملی تبدیل شده است (۲۳). دیپلماسی دوجانبه اصطلاحی است که برای ارتباط بین دو کشور استفاده می‌شود، در حالی که دیپلماسی چندجانبه شامل تماس بین چندین کشور در چارچوب نهادینه شده یک سازمان بین‌المللی است که مذاکره یکی از مهم‌ترین ابزارهای دیپلماسی است و در بسیاری از موارد منجر به انعقاد معاهدات بین دولت‌ها و تدوین قوانین بین‌المللی می‌شود. به‌گونه‌ای که هدف از چنین معاهدات بین‌المللی در درجه اول ایجاد تعادل بین منافع دولت است. دیپلماسی اقتصادی که به‌عنوان رویکرد جدید به سیاست و روابط بین‌الملل شناخته می‌شود، ابزاری بسیار قدرتمند برای همه کشورهای جهان بوده و جنبه‌های دیگر سیاست و روابط بین‌الملل را به‌شدت تحت تأثیر قرار داده است، به‌طوری که سیاست خارجی کشورهای مختلف به اهداف اقتصادی آن‌ها خدمت می‌کند (۲۴). دیپلماسی اقتصادی را می‌توان به دو دسته مفاهیم گسترده‌تر و محدودتر تقسیم کرد. در معنای گسترده، مفهوم دیپلماسی اقتصادی یک پدیده گسترده و عمومی است که با فرآیندهای ایجاد شده توسط روندهای جهانی شدن مرتبط است. اما معنای محدود، این پدیده را از دیدگاه مقامات دولتی که هدف آنها انجام فعالیت‌ها و وظایف خود هستند، توصیف می‌کند. علاوه بر دیپلماسی اقتصادی، اصطلاح دیپلماسی تجاری نیز در ادبیات خارجی

خارجی را دارد. و تنها می‌توان ادعا کرد که به تدریج اثربخشی دولت‌ها از نقش اجرایی به سیاست‌گذاری تغییر می‌کند. گرچه جنبه اجرایی دولت‌ها در دیپلماسی اقتصادی را نمی‌توان نادیده گرفت، چرا که بسیاری از حوزه‌های اقتصادی که تحت تأثیر فعالیت‌های بین‌المللی و رویدادهای جهانی قرار می‌گیرند، خارج از قدرت بازیگران غیردولتی هستند و یا اساساً این بازیگران به دلایل اقتصادی از ورود به این حوزه‌ها امتناع می‌کنند. روابط اقتصادی خارجی در ایران که هنوز تجربه کمی در کاهش حضور دولت در حوزه‌های تجاری و مالی دارد، برای افزایش دقت سیاست‌گذاری و تنظیم، رونق اقتصادی و استقلال، که مؤلفه‌های اساسی در روحیه حاکم بر قانون اساسی جمهوری اسلامی هستند، به همراه توجه ویژه و کم‌کم پررنگ‌تر به اسناد بالادستی مربوطه (از جمله سند چشم‌انداز بیست ساله ۱۴۰۴ برنامه‌های پنج ساله توسعه و ابلاغ اقتصاد مقاومتی، قدرت و قدرت اقتصاد ملی و همچنین گسترش حداکثری روابط با عزت بر علاقه اندیشمندان و حکمت محور با جهان به‌ویژه همسایگان آن و جهان اسلام تأکید کرد علاوه بر این، این الزامات طبیعی نظم جهانی فعلی، مواجهه با تحریم‌های اقتصادی و مشکلات متعدد و ویژه‌ای است که تحت تأثیر آن قرار گرفته است، از نظام اقتصادی ایران می‌خواهد که یک برنامه استراتژیک متناسب با فرصت‌ها و چالش‌های این شرایط را طراحی و اجرا کند (۲۶).

در حال حاضر چندین کشور در دنیا به‌خوبی در زمینه توسعه دیپلماسی اقتصادی در ورزشی عمل می‌کنند. چین با سرمایه‌گذاری‌های بزرگ در رویدادهای ورزشی بین‌المللی و ساخت زیرساخت‌های ورزشی مدرن، توانسته است در زمینه توسعه دیپلماسی اقتصادی ورزشی نقش مهمی ایفا کند و در حوزه داخلی سهم ورزش از اقتصاد کشور خود را افزایش دهد و در حوزه خارجی موجبات بهبود روابط

انرژی جهان که زمینه‌ساز رقابت‌های مختلف اقتصادی است، دستیابی به قدرت اول منطقه، رشد و توسعه پایدار، تسریع در جذب سرمایه خارجی، افزایش صادرات غیرنفتی و تبدیل شدن به محور ترانزیت کالا نیازمند استفاده از دیپلماسی اقتصادی فعال و همه جانبه در دو سطح منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای است (۲۴). اسلامی و همکاران (۱۴۰۱) پژوهشی را با عنوان "فرصت‌ها و چالش‌های دیپلماسی اقتصادی ایران در بستر توافق مشارکت جامع راهبردی با چین" انجام دادند. نتایج نشان داد که، با وجود گشایش‌هایی برای دیپلماسی اقتصادی ایران در پرتو توافق راهبردی، اما چالش‌های تأثیرگذاری نیز آن را تحت تأثیر قرار می‌دهد. مهم‌ترین این چالش‌ها سایه سنگین تحریم‌هاست که قدرت مانور ایران را در بهره‌مندی از مزایای اقتصادی این توافق به شدت محدود می‌سازد. امروزه دغدغه‌های دولت‌ها در روابط خارجی از مسائل صرفاً سیاسی به مسائل اقتصادی، به‌ویژه دستیابی به بازارهای اولویت‌دار سرمایه‌های فرامرزی و فناوری در مناطق هم‌جوار، تغییر یافته‌است و جنبه‌های اقتصادی در دیپلماسی برجسته‌تر شده و این ابزار سیاست خارجی سنتی را به ابزاری جدید و کارآمد برای تعاملات اقتصادی و توسعه پایدار کشورها تبدیل کرده است. در این بین، دیپلماسی اقتصادی یکی از ابزارهایی است که منافع بلند مدت و استراتژیک کشورها را در مسائل اقتصاد سیاسی بین‌المللی تضمین می‌کند و به کشورها کمک می‌کند تا به اهداف اقتصادی خود برسند و در نهایت رشد و توسعه اقتصادی را افزایش دهند (۲۵). نکته قابل توجه در طراحی و اجرای دیپلماسی اقتصادی، کیفیت حضور و نقش دولت‌ها در این موضوع است. با وجود کاهش حضور اجرایی دولت در اقتصاد متعارف طی دهه‌های گذشته و ظهور بازیگران جدید غیردولتی در روابط بین‌الملل، نهاد دولتی همچنان بزرگ‌ترین حوزه نفوذ در تنظیم و سیاست‌گذاری روابط اقتصادی

### روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری و توسعه دیپلماسی اقتصادی در ورزش ایران، از نوع تحقیقات توصیفی - همبستگی می‌باشد و از لحاظ هدف، در زمره تحقیقات کاربردی است، که به شکل پیمایشی انجام می‌شود. جامعه آماری تحقیق، شامل اساتید، صاحب‌نظران، کارشناسان مدیریت ورزشی و علوم اقتصادی آشنا به اقتصاد ورزش می‌باشد که به دلیل نامشخص بودن حجم جامعه از فرمول کوکران جهت برآورد حجم نمونه استفاده شده است. بدین منظور ابتدا تعداد ۳۰ پرسشنامه در یک نمونه‌گیری تصادفی ساده در بین جامعه هدف توزیع گشته و واریانس اولیه محاسبه شده است. برآورد نمونه با توجه به فرمول کوکران تعداد ۱۴۱ نفر بود که به منظور جلوگیری از ریزش نمونه، ۱۸۰ پرسشنامه توزیع گردید که از این تعداد ۱۶۲ پرسشنامه برگشت داده شده و در نهایت ۱۴۴ پرسشنامه قابل استفاده بوده و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد که گویه‌های آن‌ها بر پایه طیف پنج گزینه‌ای لیکرت از خیلی زیاد (یک) تا خیلی کم (پنج) تنظیم شده بودند. نخست، باید از روایی محتوایی سنجه اطمینان حاصل می‌شد. با هدف حصول اطمینان از روایی محتوایی سنجه، پژوهشگر برای تعیین روایی پرسشنامه از طریق ۸ نفر از متخصصان حوزه مدیریت ورزشی و علوم اقتصادی که با موضوع پژوهش آشنایی داشتند، صورت گرفت و از آنها درخواست شد تا نظرها و پیشنهادهای خود را در مواردی مانند هماهنگی و مطابقت سؤال‌ها با اهداف و متغیرهای اصلی پژوهش، محتوای علمی سؤال‌ها، انطباق سؤال‌ها با گزینه‌ها، انشای سؤال‌ها و حذف و یا اضافه کردن سؤال‌ها اعلام نمایند. پس از دریافت بازخورد از این خبرگان، اصلاحات پیشنهادی انجام شدند پرسشنامه نهایی با ۴۴ گویه شامل سه گویه مربوط به ویژگی‌های فردی و

اقتصادی خود با سایر کشورهای را فراهم نماید. همچنین قطر با میزبانی رویدادهای ورزشی بین‌المللی مانند جام جهانی فوتبال که به‌عنوان یکی از ابزار دیپلماسی شناخته می‌شود توانسته است به دستاوردهای مستقیم و غیر مستقیم بزرگ اقتصادی دست یابد. بررسی پژوهش‌ها نیز نشان می‌دهد برگزاری رویدادهای ورزشی موجب تقویت و توسعه زیرساخت‌ها و ایجاد تسهیلات مناسب ورزشی و غیر ورزشی می‌شود که مهم‌ترین پیامدهای اقتصادی توسعه دیپلماسی ورزش است (۲۹-۲۷). آمریکا نیز توانسته است با توجه به بازار بزرگ و پویای ورزشی خود، با تغییراتی در رویکرد ورزشی خود در زمینه توسعه دیپلماسی اقتصادی ورزشی موفق باشد و روابط تجاری ورزشی بین‌المللی قدرتمندی با سایر کشورها داشته‌باشد. این کشورها نمونه‌های موفق هستند که با بهره‌گیری از ابزارهای ورزشی به‌عنوان ابزار دیپلماسی اقتصادی، توانسته‌اند در توسعه روابط بین‌المللی اقتصادی خود موفق باشند. توسعه دیپلماسی اقتصادی ورزشی در ایران به‌عنوان یک موضوع اساسی و حیاتی قابل توجه است. این موضوع نیازمند نگاهی گسترده و شامل عوامل مختلفی است که می‌توانند در بهبود روابط بین‌المللی، توسعه تجارت و تبادلات اقتصادی در زمینه ورزشی مؤثر باشند. این عوامل نقش به‌سزایی در تشویق به توسعه تعاملات اقتصادی مرتبط با ورزش، جلب سرمایه‌گذاری‌های مستقیم و غیرمستقیم، و ایجاد فرصت‌های تجاری و اقتصادی برای ایران در صحنه بین‌المللی دارند. این چشم‌اندازها نشان‌دهنده اهمیت استراتژیک و تأثیرگذاری قدرتمندی است که توسعه دیپلماسی اقتصادی ورزشی در ایران می‌تواند بر روابط بین‌المللی و توسعه اقتصادی داشته‌باشد. بر اساس اهمیت موضوع این پژوهش با هدف پاسخ‌گویی به این سؤال است که چه عواملی در توسعه دیپلماسی اقتصادی در ورزش ایران دخیل هستند؟

و سازه پژوهش با استفاده از روش تحلیل عاملی (CF) برآزش و آزمون شد. با استفاده از نرم‌افزار است. پی. اس. اس<sup>۲</sup> نسخه ۲۶ اطلاعات توصیفی لازم از داده‌ها استخراج شد و به وسیله نرم‌افزار اسمارت پی. آل. اس<sup>۳</sup> نسخه ۳ برآزندگی الگوی پیشنهادی از طریق الگو یابی معادلات ساختاری آرزایی شد.

### یافته‌های پژوهش

نتایج مربوط به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی در جدول (۱) گزارش شده‌است.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی شرکت‌کنندگان

متغیرها	ویژگی	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۹۰	۶۲/۵
	زن	۵۴	۳۷/۵
سن	کمتر از ۲۵ سال	۱۷	۱۱/۸
	۲۶ الی ۳۵ سال	۵۸	۴۰/۳
	۳۶ الی ۴۵ سال	۵۳	۳۶/۸
	بیشتر از ۴۵ سال	۱۶	۱۱/۱
تحصیلات	فوق لیسانس	۶۸	۴۷/۲
	دکتری	۷۶	۵۲/۸

نتایج جدول (۲) نشان می‌دهد مقادیر هر یک از آماره های چولگی در بازه مورد قبول  $\pm 2$  و آماره‌های کشیدگی در بازه مورد قبول  $\pm 3$  قرار دارند و این نشان می‌دهد که توزیع داده‌ها طبیعی هست.

در ادامه به گزارش شاخص‌های مربوط به هر یک از متغیرهای اصلی پژوهش در قالب جدول (۳) می‌پردازیم.

۴۱ گویه مربوط به مؤلفه‌های اصلی پرسشنامه (۱ عامل اصلی و ۸ عامل فرعی) تدوین شد. برای آزمون فرضیه‌ها از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد واریانس محور، از نرم‌افزار اسمارت پی آل اس نسخه سه بهره گرفته شد.

برای بررسی روایی محتوایی ابزار پژوهش، ابتدا از نظر متخصصان مدیریت ورزشی (۴ نفر) و صاحبان علوم اقتصادی (۴ نفر) استفاده شد. سپس پایایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ در مرحله مقدماتی (مطالعه راهنما) ارزیابی شد (جدول شماره سه). همچنین ساختار پرسشنامه

نتایج حاصل از ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نشان داد که از نظر جنسیت، بیشترین فراوانی را مردان (۹۰ نفر، ۶۲/۵ درصد)، از نظر سن، بیشترین فراوانی را ۲۶ الی ۳۵ سال (۵۸ نفر، ۴۰/۳ درصد) و از نظر تحصیلات، بیشترین فراوانی را دکتری (۷۶ نفر، ۵۲/۸ درصد) تشکیل دادند.

جهت بررسی توزیع داده‌های پژوهش از چولگی و کشیدگی استفاده شد که نتایج آن در جدول (۲) ارائه شده است.

جدول ۲. نتایج بررسی داده‌های آماری

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	چولگی	کشیدگی	نتیجه
بسترسازی اقتصادی	۱۱/۴۳۰	۴/۲۶۳	۱/۴۰۵	۲/۱۵۵	نرمال
توسعه ارتباطات	۹/۹۵۸	۳/۵۶۵	۱/۳۵۷	۲/۰۱۳	نرمال
توسعه بخش خصوصی	۶/۵۸۳	۲/۵۴۸	۱/۴۵۰	۲/۶۸۷	نرمال
توسعه دانش و اطلاعات	۱۳/۰۰۶	۴/۸۳۷	۱/۳۵۹	۱/۶۵۹	نرمال
توسعه صادرات	۶/۷۳۶	۲/۴۷۷	۱/۱۵۸	۱/۴۰۷	نرمال
مشارکت فعال	۵/۰۰۶	۱/۹۸۴	۱/۲۸۱	۱/۷۳۹	نرمال
پشتیبانی	۱۰/۳۸۱	۳/۶۹۸	۱/۲۹۶	۲/۳۰۹	نرمال
کیفیت بخشی صادرات	۵/۰۰۶	۱/۹۳۰	۱/۳۰۳	۲/۰۴۷	نرمال

جدول ۳. نتایج مربوط به تحلیل‌های روایی و پایایی تحلیل عاملی مرتبه دوم

مؤلفه	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	متوسط واریانس استخراج شده
بسترسازی اقتصادی	۰/۹۳۷	۰/۹۴۹	۰/۷۲۶
توسعه ارتباطات	۰/۹۱۶	۰/۹۳۴	۰/۷۰۳
توسعه بخش خصوصی	۰/۹۰۱	۰/۹۳۱	۰/۷۷۲
توسعه دانش و اطلاعات	۰/۹۴۲	۰/۹۵۱	۰/۷۱۰
توسعه دیپلماسی اقتصادی	۰/۹۸۶	۰/۹۸۷	۰/۶۴۸
توسعه صادرات	۰/۸۹۳	۰/۹۲۶	۰/۷۵۷
مشارکت فعال	۰/۸۷۸	۰/۹۲۵	۰/۸۰۴
پشتیبانی	۰/۹۳۱	۰/۹۴۶	۰/۷۴۵
کیفیت بخشی صادرات	۰/۸۷۲	۰/۹۲۱	۰/۷۹۶

بررسی جدول فوق نشان می‌دهد که شاخص‌های مورد نظر در پژوهش حاضر از اعتبار بالایی برخوردار هستند بدین صورت که آلفا کرونباخ و پایایی ترکیبی بالاتر از ۰/۷ و متوسط واریانس استخراج شده بیشتر از ۰/۵ می‌باشد. بنابراین در ادامه با اطمینان کامل می‌توان نسبت به گزارش نتایج مربوط به مدل نهایی پژوهش پرداخت.

بررسی شاخص‌های مدل نهایی پژوهش نیز نشان از اعتبار بالای مدل دارد. در نتیجه با توجه به تأیید مدل به گزارش نتایج تحلیل مسیر در قالب مدل تحقیق می‌پردازیم. برای بررسی برازش مدل ساختاری پژوهش از چندین معیار استفاده می‌شود که اولین و اساسی‌ترین معیار، آماره  $t$  می‌باشد. ابتدایی‌ترین معیار برای سنجش رابطه بین متغیر

در مدل (بخش ساختاری)، اعداد معنی‌داری  $t$  است. در صورتی که مقدار این اعداد از ۱/۹۶ بیشتر شود، نشان از صحت رابطه‌ی بین متغیرها و در نتیجه تأیید فرضیه‌ها پژوهش در سطح اطمینان ۰/۹۵ است. همچنین مقدار معناداری نیز به همان موضوع اشاره می‌کند و اگر کمتر از ۰/۰۵ باشد رابطه بین متغیرها را در سطح اطمینان ۰/۹۵ می‌پذیرد. البته باید توجه داشت که اعداد فقط صحت رابطه را نشان می‌دهند و شدت رابطه بین متغیرها را نمی‌توان با آن سنجید. برای فهمیدن شدت رابطه و مقایسه آن با دیگر رابطه‌ها (رابطه‌های موجود در مدل) از ضریب استاندارد شده می‌توان استفاده کرد. با توجه به الگوی تفسیری در مدل‌سازی معادلات ساختاری (جدول ۴) و از آنجایی که مقدار آماره  $t$  مربوط تمامی مسیرها از ۱/۹۶ بزرگ‌تر باشد

می‌توان گفت که مسیرهای مربوطه در سطح ۹۵ درصد معنی‌دار می‌باشد بنابراین فرضیه‌ها مورد بررسی در تحقیق حاضر تأیید می‌گردند.

جدول ۴. مقادیر ضریب مسیر و آماره t فرضیه‌های مرتبط با مسیرهای مدل تحقیق

نتیجه	آماره t	ضریب مسیر	رابطه	
تأیید	۴۷/۸۲۹	۰/۹۲۵	بستر سازی اقتصادی	←
تأیید	۸۵/۰۹۰	۰/۹۵۳	توسعه ارتباطات	←
تأیید	۵۹/۰۱۹	۰/۹۲۹	توسعه بخش خصوصی	←
تأیید	۷۸/۸۸۱	۰/۹۵۱	توسعه دانش و اطلاعات	←
تأیید	۷۶/۳۳۸	۰/۹۴۴	توسعه صادرات	←
تأیید	۴۲/۴۹۷	۰/۹۱۱	مشارکت فعال	←
تأیید	۵۶/۱۹۹	۰/۹۳۹	پشتیبانی	←
تأیید	۴۵/۷۶۳	۰/۹۰۸	کیفیت بخشی صادرات	←

توسعه دیپلماسی اقتصادی

SRMR نیز کمتر از ۰/۰۸ می‌باشد که نشان‌دهنده کیفیت مناسب مدل آزمون شده است.

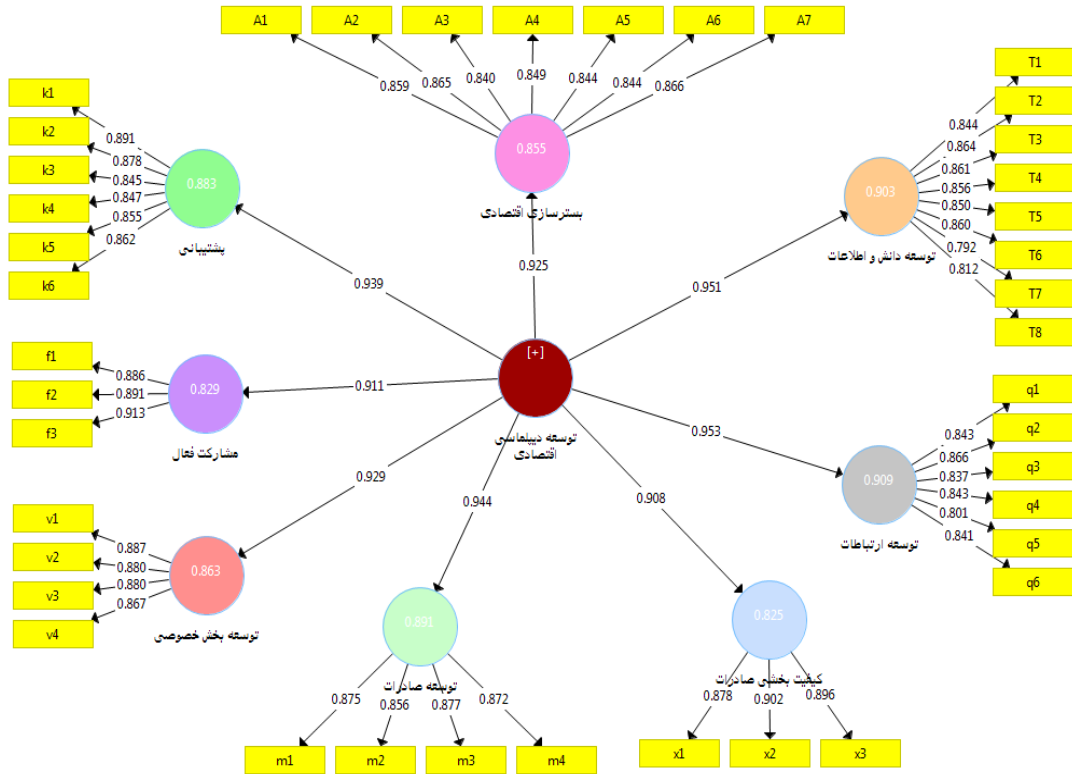
در ادامه تصویر مدل آزمون شده تحقیق به همراه ضریب مسیر به دست آمده برای تمامی مسیرهای مدل در قالب شکل ۱ و ۲، مشخص گردیده است.

در رویکرد حداقل مربعات جزئی (پی‌ال‌اس)، کیفیت و برازش مدل با استفاده از چندین سنجیده می‌شود.

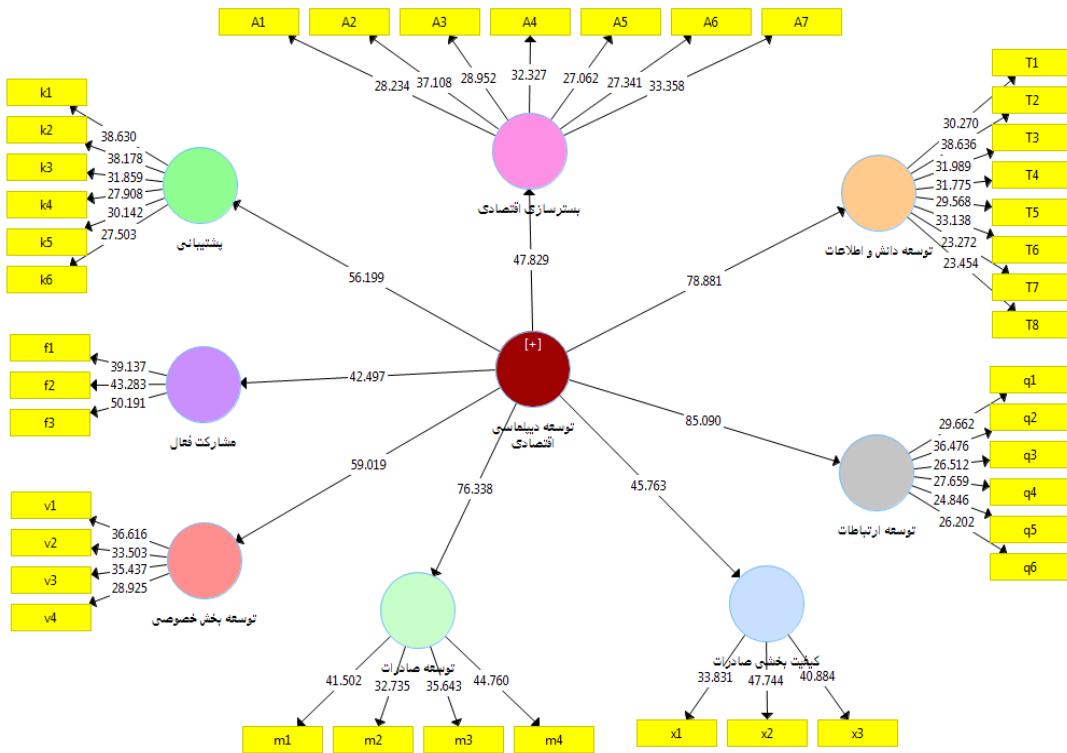
با توجه به اطلاعات جدول (۵)، مقادیر به دست آمده برای شاخص Q2 و R2 در محدوده قوی قرار دارد و مقدار

جدول ۵. مقادیر شاخص‌های برازش برای متغیرهای مدل تحقیق

متغیر	Q <sup>2</sup>	R <sup>2</sup>	SRMR
بستر سازی اقتصادی	۰/۶۱۲	۰/۸۵۵	۰/۰۵۶
توسعه ارتباطات	۰/۶۳۰	۰/۹۰۹	
توسعه بخش خصوصی	۰/۶۵۸	۰/۸۶۳	
توسعه دانش و اطلاعات	۰/۶۳۵	۰/۹۰۳	
توسعه صادرات	۰/۶۶۹	۰/۸۹۱	
مشارکت فعال	۰/۶۵۸	۰/۸۲۹	
پشتیبانی	۰/۶۴۸	۰/۸۸۳	
کیفیت بخشی صادرات	۰/۶۵۱	۰/۸۲۵	



شکل ۱. مدل نهایی پژوهش در حالت ضریب مسیر و بارهای عاملی



شکل ۲. مدل نهایی پژوهش در حالت مقادیر معناداری (T. Value)

## بحث و نتیجه‌گیری

ورزش به‌ویژه در قالب رقابت‌های جهانی پرطرفدار از ظرفیت بسیار بالای تبلیغی برخوردار بوده و می‌توان از آن در جهت اشاعه فرهنگ و پیام‌های یک ملت استفاده کرد. تمایل افکار عمومی جهان به کسب اخبار و اطلاعات مربوط به رویدادهای ورزشی از یک سو و انعکاس گسترده وقایع ورزشی در رسانه‌های ارتباطی جمعی جهانی از سوی دیگر، موجب شده‌است تا قلمرو ورزش و سیاست روزبه‌روز به‌هم نزدیک‌تر شوند و مفهومی به نام دیپلماسی ورزشی در کنار دیپلماسی عمومی و تصویرسازی بین‌المللی ظهور کند. ورزش یک پدیده فراگیر است که تأثیرات گسترده‌ای در ابعاد مختلف از جامعه دارد. این تأثیرات می‌توانند شامل ابعاد سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی باشند و باعث می‌شود که بخش‌های گوناگونی از جامعه، از جمله ورزش کاران حرفه‌ای و آماتور، تماشاگران، مربیان، پژوهشگران اجتماعی و اقتصادی، برگزارکنندگان رویدادهای ورزشی، حامیان مالی، شرکت‌های تبلیغاتی، سیاستمداران و افراد دیگر درگیر این پدیده می‌شوند (۱). بنابراین هدف پژوهش حاضر شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه دیپلماسی اقتصادی در ورزش ایران و ابعاد اصلی، بسترسازی اقتصادی، توسعه دانش و اطلاعات، توسعه ارتباطات، کیفیت بخشی صادرات، توسعه صادرات، توسعه بخش خصوصی، مشارکت فعال و پشتیبانی هشت عامل کلیدی توسعه دیپلماسی اقتصادی بوده است.

نتایج مؤلفه اول نشان داد که ابعاد بسترسازی اقتصادی، به‌طور معناداری تبیین‌کننده سازه توسعه دیپلماسی اقتصادی بود. دیپلماسی اقتصادی به‌عنوان یک رویکرد نوین در سیاست و روابط بین‌الملل شناخته می‌شود و نیازمند زیرساخت‌های مناسب برای توسعه است. در واقع دیپلماسی اقتصادی نه تنها به توسعه اقتصادی کشورها کمک می‌کند بلکه باعث تغییرات قابل توجهی در روند روابط بین‌المللی

می‌شود و تأثیرات گسترده‌ای بر سیاست‌های خارجی کشورها و جهانی شدن اقتصادها دارد. (۲۴). براساس اولویت، هفت متغیر ایجاد ساختار شفاف در ابعاد مختلف اقتصادی، تصویب قوانین همسو با راهبردهای دیپلماسی اقتصادی، اصلاح تغییر ساختار تأمین مالی کشور، تمرکز بر اعتمادسازی فعالیت‌های اقتصادی در بین‌الملل، اصلاح سیاست‌ها و قوانین مطابق با رویه‌های تجارت بین‌الملل، اصلاحات ساختاری در نظام مالیاتی و تعدیل یا حذف قوانین مغایر با دیپلماسی اقتصادی، بیشترین تأثیر را بر توسعه دیپلماسی اقتصادی داشتند؛ بنابراین، زیرساخت‌های یک اقتصاد به‌طور بالقوه بر سرمایه‌گذاری تأثیر به‌سزایی دارند. و اقتصادهایی که زیرساخت‌ها در آن‌ها به‌جای تشویق فعالیت‌های تولیدی، به تشویق فعالیت‌های غیرتولیدی می‌پردازند، نوعاً سرمایه‌گذاری کمتری در آن‌ها انجام می‌گیرد که این خود منجر به انتقال فناوری و کاهش تمایل افراد برای کسب مهارت‌های تولیدی و سرمایه‌گذاری می‌شود و میزان سرمایه‌گذاری کارآفرینان برای توسعه تفکرات و اندیشه‌های جدید که به پیشرفت و توسعه امکانات تولیدی بینجامد نیز بسیار کم می‌شود.

با توجه به مطالب ارائه‌شده، پیشنهادات کاربردی برای توسعه دیپلماسی اقتصادی عبارتند از ضرورت اصلاح و تغییر ساختار تأمین مالی کشور به‌منظور افزایش شفافیت و اعتماد عمومی و بین‌المللی راهبری و تنظیم فعالیت‌های اقتصادی را تقویت می‌کند. این اقدام می‌تواند به توسعه دیپلماسی اقتصادی کشور کمک کند. اصلاح قوانین و تصویب آنها بر اساس راهبردهای دیپلماسی اقتصادی می‌تواند انگیزه‌های سرمایه‌گذاران و فعالان اقتصادی در جهت توسعه بین‌المللی تقویت شود. توجه به ایجاد زیرساخت‌هایی که تشویق فعالیت‌های تولیدی و افزایش سرمایه‌گذاری در این زمینه را ترویج می‌کند، می‌تواند به توسعه دیپلماسی اقتصادی کمک کند. این شامل تسهیلات

مالی، توسعه زیرساخت‌های صنعتی و تقویت بنیادهای اقتصادی می‌شود. اصلاح قوانین و حذف موانع مغایر با راهبردهای دیپلماسی اقتصادی می‌تواند بهبود در اقتصاد و توسعه سرمایه‌گذاری‌ها را تسهیل کند. این اقدامات می‌توانند به رشد و توسعه دیپلماسی اقتصادی کشور کمک کرده و اثرگذاری بالایی داشته‌باشند.

نتایج مؤلفه دوم نشان داد که توسعه دانش و اطلاعات، به‌طور معناداری تحلیل‌کننده مؤلفه توسعه دیپلماسی اقتصادی بود. علاوه بر این یافته‌های دیگر پژوهش حاکی از آن است که مؤلفه‌های توسعه دانش و اطلاعات به‌ترتیب میزان اثر، اطلاع‌رسانی دو طرفه سیاسی - ورزشی، افزایش آگاهی و آشنایی با قواعد تجاری، بهبود دانش دیپلماسی اقتصادی، استفاده از ظرفیت‌های اقتصاد دانش‌بنیان، به‌روزرسانی تکنولوژی و کاهش فاصله تکنولوژی، توسعه سواد مالی و تجاری، دستیابی به علم و فناوری اقتصادی و بهره‌برداری از دانش دیپلماسی عمومی، بیشترین تأثیر را بر متغیر توسعه دیپلماسی اقتصادی داشتند. یعنی اینکه با تقویت و افزایش دانش و اطلاعات، دیپلماسی اقتصادی توسعه پیدا می‌کند. دیپلماسی ورزشی به‌عنوان یکی از ابعاد جدید دیپلماسی عمومی، قطعاً تأثیر زیادی بر توسعه اقتصادی هر کشوری دارد. همچنین، برگزاری رویدادهای ورزشی بزرگ مانند جام جهانی فوتبال می‌تواند پیام‌های مهمی از یک ملت به سایر ملت‌ها را منتقل کند. برگزاری چنین رویدادهایی همچنین مستلزم هزینه‌های بالایی است و نیازمند برنامه‌ریزی دقیق و استفاده هوشمندانه از منابع اقتصادی و انسانی است. بنابراین استفاده صحیح از دیپلماسی نیازمند دانش و اطلاعات کامل در این زمینه است (۲۰). جهت تبیین این یافته پژوهشی می‌توان گفت که با به‌کارگیری مواردی همچون سامانه‌های آنلاین صادرات فناوری، تعامل پایدار اقتصاد و سیاست خارجی، پیوستن به معاهدات و موافقت‌نامه‌های منطقه‌ای،

آموزش‌پذیر بودن دیپلمات‌ها، توجه به درآمدزایی از استقرار سیستم اطلاعات بازاریابی، استفاده از فناوری‌های نوین در ورزش، توجه به ارتباط بدنه ورزش با دانشگاه‌ها و مدارس، توجه به پیوند ورزش و دانشگاه، کمک به دانشکده‌های ورزشی از طریق دولت، حمایت از ایده‌های ورزشی، توجه ارتباط بدنه ورزش با رسانه‌ها، ایجاد قطب‌های علمی ورزش، توجه رسانه‌ها به اقتصاد ورزشی که همگی نشان از توجه به فناوری و اطلاعات در ورزش می‌باشند، راهکارهایی متنوع جهت توسعه دانش و اطلاعات در حوزه توسعه دیپلماسی اقتصادی است.

توسعه صادرات نیز یکی از مؤلفه‌های توسعه دیپلماسی اقتصادی می‌باشد. این مؤلفه در واقع براساس اولویت، شامل چهار متغیر توسعه صادرات خدمات و محصولات ورزشی، توسعه اقتصاد ورزش و پیشرفت اجتماعی، تنوع بخشی در صادرات محصولات ورزشی و ارتقای تجارت خارجی و بین‌الملل در زمینه‌های ورزشی، بیشترین تأثیر را بر توسعه دیپلماسی اقتصادی داشتند؛ بنابراین صادرات به‌عنوان یک فعالیت اقتصادی در ابعاد مختلف تأثیرات عمیقی دارد. تاکنون در کشور بحث صادرات از منظر کلان و تأثیر آن بر متغیرهای کلان اقتصادی مطرح شده‌است و این در حالی است که جوامع محلی از جنبه‌های مختلف در توسعه و گسترش صادرات نقش مؤثر و غیرقابل چشم‌پوشی دارند، در واقع جوامع محلی از یک‌سو به‌دلیل کیفیت و تولید استاندارد می‌توانند تأثیر به‌سزایی در گسترش صادرات داشته‌باشند و از سوی دیگر تأثیر به‌سزایی در گسترش صادرات خواهند داشت. بر اساس این نتایج، پیشنهادات کاربردی برای توسعه دیپلماسی اقتصادی می‌توانند عبارتند از: توسعه دانش و اطلاعات با تأکید بر آموزش و توسعه حرفه‌ای می‌تواند بهبود قابلیت‌های اقتصادی کشور و افزایش توانمندی‌های دیپلماسی اقتصادی را تضمین کند. تسهیلات برای ایجاد مراکز پژوهشی و نوآوری و ترویج

انجام کارها، فراهم نمودن بستر مشارکت مردم در اداره جامعه، مسیر افزایش اعتماد به نفس، موفقیت امیدوارکننده و کمک کردن به حل تعارضات راه‌هایی جهت دستیابی به پشتیبانی و حمایت از توسعه دیپلماسی اقتصادی است. براساس این نتایج، می‌توان پیشنهادات کاربردی برای توسعه دیپلماسی اقتصادی ارائه داد. این شامل موارد زیر می‌شود: سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های فناوری اطلاعات، ارتباطات و امنیت اطلاعات می‌تواند به توسعه دیپلماسی اقتصادی کمک کرده و دسترسی به منابع و بازارهای جهانی را بهبود بخشد. ترویج استفاده از فناوری‌های نوین و نوآوری‌ها در حوزه‌های اقتصادی می‌تواند نقش مهمی در تقویت قدرت رقابتی و توسعه دیپلماسی اقتصادی داشته باشد. ایجاد و تقویت شبکه‌های همکاری بین‌المللی در زمینه‌های فناوری و دانش می‌تواند به توسعه دیپلماسی اقتصادی و افزایش تأثیرگذاری اقتصادی کشور کمک کند. ایجاد سیاست‌ها و برنامه‌های حمایتی برای نوآوری و کارآفرینی می‌تواند به توسعه دیپلماسی اقتصادی و ایجاد فرصت‌های جدید در بازارهای بین‌المللی کمک کند. این اقدامات می‌تواند محیطی مؤثر برای توسعه دیپلماسی اقتصادی فراهم نماید و در تقویت نقش کشور در اقتصاد جهانی تأثیرگذاری داشته‌باشد.

نتایج مؤلفه پنجم نشان داد که ابعاد توسعه ارتباطات، به‌طور معناداری پیش‌بینی‌کننده متغیر توسعه دیپلماسی اقتصادی بود. علاوه بر این یافته‌های دیگر این پژوهش حاکی از آن است که مؤلفه‌های توسعه ارتباطات به‌ترتیب میزان اثر، وجود رایزنی تخصصی ورزشی در دیپلماسی اقتصادی، استفاده از ابزار ترویج قدرت از جمله رسانه‌ها و ارتباطات، توسعه روابط تجاری ایران با کشورهای پیشرفته، ارتباط مستقیم تاجر ورزشی با سایر کشورها، استفاده از بسترهای رسانه‌ای بین‌المللی جهت معرفی پتانسیل‌های اقتصادی ورزش و شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی،

فعالیت‌های تحقیق و توسعه می‌تواند به افزایش دانش و توانمندی‌های ملی در زمینه‌های اقتصادی کمک کند. روابط بین‌المللی در زمینه تبادل دانش و فناوری می‌تواند به توسعه دیپلماسی اقتصادی کمک کرده و جایگاه اقتصادی کشور را تقویت نماید. ترویج فرهنگ دانش‌محور و توجه به ارزش‌های دانش و اطلاعات می‌تواند به ترغیب افراد و سازمان‌ها برای استفاده از دانش و فناوری به‌عنوان ابزارهای اصلی توسعه اقتصادی کمک کند.

نتایج مؤلفه چهارم پژوهش نشان داد که ابعاد پشتیبانی، به‌طور معناداری تشریح‌کننده متغیر توسعه دیپلماسی اقتصادی بود. علاوه بر این نتایج به‌دست آمده از این تحقیق حاکی از آن است که مؤلفه‌های پشتیبانی به‌ترتیب میزان اثر، ایجاد مکانیزم تضمین و ارتقا مستمر استاندارد محصولات ورزشی در بازارهای خارجی، تسهیلات سازماندهی شده به شرکت‌های صادرکننده محصولات ورزشی، توسعه تجارت ورزشی در مناطق آزاد تجاری، توسعه شتاب‌دهنده‌های تجارت بین‌الملل ورزشی، حمایت از شرکت‌های برنده شده در مزایده‌ها و مناقصه‌های بین‌المللی و حمایت از برنده‌های معتبر داخلی با سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، بیشترین تأثیر را بر متغیر توسعه دیپلماسی اقتصادی داشتند. یعنی اینکه با تقویت و افزایش پشتیبانی، دیپلماسی اقتصادی توسعه پیدا می‌کند. جهت تبیین این یافته پژوهشی می‌توان گفت که با به کارگیری مواردی همچون پشتیبانی از فعالیت‌های اقتصادی و برقراری ارتباط تجاری بین‌المللی و تحرک در اقتصاد منطقه‌ای و تولید و پردازش کالا، انتقال فناوری، صادرات غیرنفتی، ایجاد اشتغال مولد و جلب و تشویق سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی، صادرات مجدد، عبور خارجی (ترانزیت)، انتقال کالا (ترانشیب)، توسعه دادن نقاط قوت خود، پیشرفت، انعطاف‌پذیر بودن و خود را با تغییر وفق دادن، همدلی کردن با دیگران، مدیریت مؤثر زمان در

و دانش به‌وسیله دیپلماسی اقتصادی کمک کند. ترویج تبادل فرهنگی و صنعتی به‌منظور افزایش فرصت‌های همکاری و تبادل تجربه در زمینه‌های اقتصادی می‌تواند نقش مهمی در توسعه دیپلماسی اقتصادی ایفا کند. بهره‌گیری از فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزارهایی برای تبلیغ و ارتقا فعالیت‌های تجاری و همکاری‌های بین‌المللی می‌تواند دسترسی به بازارهای خارجی را تسهیل نماید. این اقدامات می‌توانند منجر به افزایش نقش و تأثیر دیپلماسی اقتصادی کشور در صحنه‌های بین‌المللی شود و به توسعه اقتصادی کشور کمک کند.

بخش ششم مؤلفه پژوهش نشان داد که ابعاد کیفیت بخشی صادرات، به‌طور معناداری تعیین‌کننده متغیر توسعه دیپلماسی اقتصادی بود. در تبیین این یافته از پژوهش باید گفت که مؤلفه‌های کیفیت بخشی صادرات، به‌ترتیب میزان اثر، کیفیت بخشی بخش خصوصی ورزشی به‌عنوان پیشرو تحرک اقتصادی، بهبود کیفیت و شفافیت صادرات کشور در بخش ورزش و ترانزیت با کیفیت کالاهای ورزشی از طریق بنادر و مرزها، بیشترین تأثیر را بر متغیر توسعه دیپلماسی اقتصادی داشتند. یعنی اینکه با تقویت و افزایش کیفیت بخشی صادرات، دیپلماسی اقتصادی توسعه پیدا می‌کند. رشد اقتصادی سبب ایجاد انگیزه در بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در زمینه‌های مختلف می‌شود. ورزش می‌تواند یک گزینه مناسب برای سرمایه‌گذاری در بخش اقتصادی باشد (۱۱). سهم ورزش در اقتصاد ملی، ارتباط مستقیمی با میزان سرمایه‌گذاری انجام شده در بخش ورزش دارد (۱۲).

جهت تبیین این یافته پژوهشی می‌توان گفت که با به‌کارگیری مواردی همچون امکانات، قیمت رقابتی، نام محصول، نام تولیدکننده، کیفیت محصول، محصول جانشین، محصول مشابه رقیب، شکل، طرح، رنگ و

بیشترین تأثیر را بر متغیر توسعه دیپلماسی اقتصادی داشتند. در عرصه بین‌المللی آنچه مانع حضور کالاهای ورزشی ایرانی می‌شود، نه‌تنها فشارهای سیاسی بین‌المللی و سخت‌گیری در عرضه کالاهای ورزشی در بسیاری از کشورها را بهانه قرار داد، بلکه عواملی مانند ارتباطات نیز وجود دارد که باعث شده‌است رقبا حتی در بازارهای منطقه‌ای از تولیدکنندگان داخلی پیشی بگیرند. برای مقابله با این چالش‌ها، می‌توان از استراتژی‌هایی مانند بهبود کیفیت و قابلیت رقابتی محصولات، افزایش شناخت و اطلاعات مردم درباره محصولات ورزشی ایرانی، ایجاد ارتباطات بین‌المللی مؤثر و استفاده از روابط بین‌المللی برای حمایت از تجارت ورزشی استفاده کرد. همچنین، حضور فعال در نمایشگاه‌ها و رویدادهای بین‌المللی ورزشی می‌تواند به توسعه صادرات و حضور مؤثر در بازارهای جهانی کمک کند (۶).

وابستگی شدید مردم جوامع امروز به رسانه‌ها در حدی است که به نظر می‌رسد زندگی بدون رسانه‌ها دچار اختلال و حتی غیرممکن می‌شود. از هنگام رسوخ امواج رسانه‌های دیداری و شنیداری و به‌دنبال آن توسعه رسانه‌های مکتوب و گرایش آنها به کارکردهای تخصصی، هر لحظه دایره آگاهی‌های ساکنین کره خاکی افزون‌تر شده و تصور اینکه روزی برسد که بدون اتکا به یکی از انواع رسانه‌های گروهی و کسب اطلاع و افزایش آگاهی از محیط پیرامون بتوانیم به حیات خود ادامه دهیم کار دشواری باشد. با توجه به نتایج مؤلفه پنجم، می‌توان پیشنهادات زیر را برای توسعه دیپلماسی اقتصادی ارائه داد: تقویت ارتباطات و تبادل اطلاعات با کشورهای دیگر از طریق همکاری‌های دیپلماتیک و تجاری می‌تواند به توسعه دیپلماسی اقتصادی کمک کرده و روابط تجاری و سرمایه‌گذاری‌های بین‌المللی را تقویت کند. ایجاد شبکه‌های تجاری و مذاکرات بین‌المللی می‌تواند به تسهیل تبادل تجاری و انتقال فناوری

ملی و همچنین در همکاری‌های اقتصادی بین‌المللی هستند. کشورها باید تعامل خود را بین بخش دولتی و خصوصی از طریق شبکه‌های ارتباطی کارآمدتر و مشارکت‌های به‌خوبی ساختارمند که قادر به شناسایی فرصت‌ها، مسائل سیاست‌گذاری و شکاف‌های اجرایی در ارائه چشم‌انداز مشترک در راستای تحقق منافع ملی هستند، افزایش دهند.

و در نهایت مؤلفه توسعه بخش خصوصی، به‌طور معناداری تحلیل‌کننده مؤلفه توسعه دیپلماسی اقتصادی بود. علاوه بر این یافته‌های دیگر پژوهش حاکی از آن است که مؤلفه‌های توسعه بخش خصوصی به‌ترتیب میزان اثر، توسعه کانال‌های سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش، گشایش مسیر تحرک بخش خصوصی ورزشی در امور اقتصادی، نگاه راهبردی به سرمایه‌گذاری بخش خصوصی خارجی در ورزش و ایجاد فضای ایمن برای حضور بخش خصوصی ورزشی در بازارهای خارجی، بیشترین تأثیر را بر مؤلفه توسعه دیپلماسی اقتصادی داشتند. یعنی اینکه با تقویت و افزایش بخش خصوصی، دیپلماسی اقتصادی توسعه پیدا می‌کند. جهت تبیین این یافته پژوهشی می‌توان گفت که با به‌کارگیری مواردی همچون خصوصی‌سازی از طریق دولت، ایجاد قوانین تشویقی برای حامیان فدراسیون ورزش‌های همگانی مانند معافیت‌های مالیاتی، همکاری بیشتر نهادهای دولتی و خصوصی در جهت توسعه ورزش همگانی، کاهش تصدی دولت در ورزش همگانی و واگذاری به بخش خصوصی، تأمین زیرساخت‌های سخت‌افزاری توسط دولت و سایر ارگان‌های متولی ورزش همگانی اعم از شهرداری، آموزش و پرورش، نیروهای مسلح، وزارت علوم و... توسعه فرهنگ ورزش کردن از طریق آموزش، پژوهش، تبلیغ بسیار مهم و حائز اهمیت است. با توجه به این یافته‌ها، پیشنهادات کلیدی برای توسعه دیپلماسی اقتصادی می‌تواند شامل موارد زیر باشد: ایجاد تسهیلات و

بسته‌بندی، تسهیلات خرید، زمان تحویل، خدمات حمل و نقل، تضمین مرغوبیت محصول، خدمات بعد از فروش، اندازه محصول، داشتن کیفیت برتر و مناسب، میزان کیفیت خدمات با فناوری بالا و تنوع در بازارهای صادراتی بسیار اثربخش است. با توجه به نتایج مؤلفه ششم، پیشنهاداتی برای توسعه دیپلماسی اقتصادی ممکن است عبارتند از: تمرکز بر بهبود کیفیت محصولات صادراتی و افزایش رقابت‌پذیری آن‌ها می‌تواند تأثیر مثبتی بر دیپلماسی اقتصادی کشور داشته‌باشد. این شامل استفاده از فناوری‌های نوین و رعایت استانداردهای بین‌المللی می‌شود. ترویج برندینگ ملی و ارتقا نام‌آوازه برای محصولات و خدمات صادراتی می‌تواند به افزایش جذابیت و بازارپژوهی بین‌المللی کمک کند و دیپلماسی اقتصادی را تقویت کند. ارائه خدمات بعد از فروش به مشتریان خارجی می‌تواند به افزایش اعتماد و رضایت مشتریان در بازارهای بین‌المللی کمک کرده و تأثیرگذاری دیپلماسی اقتصادی را تقویت نماید. ارتقا و رعایت استانداردهای صادراتی می‌تواند به تضمین کیفیت محصولات صادراتی و افزایش اعتبار بین‌المللی کشور کمک کند و دیپلماسی اقتصادی را تقویت کند. این اقدامات می‌توانند بهبود در توسعه دیپلماسی اقتصادی و تقویت روابط اقتصادی با سایر کشورها، و به‌طور کلی، تقویت نقش کشور در بازارهای جهانی را فراهم کنند. نتایج مؤلفه هفتم نشان داد که ابعاد مشارکت فعال، به‌طور معناداری تحلیل‌کننده متغیر توسعه دیپلماسی اقتصادی بود. از این رو با توجه به یافته‌های این پژوهش باید گفت که مؤلفه‌های مشارکت فعال به‌ترتیب میزان اثر، مشارکت هوشمندانه در سازمان‌های بین‌المللی، همکاری با سازمان‌های منطقه‌ای و بین‌المللی و تنظیم سند همکاری بین وزارت ورزش و وزارت امور خارجه، بیشترین تأثیر را بر متغیر توسعه دیپلماسی اقتصادی داشتند. مشارکت‌های دولتی - خصوصی بازیگران قدرتمندی در توسعه اقتصادی

دیپلماسی اقتصادی و افزایش نقش کشور در بازارهای جهانی شود. توسعه امکانات و شرایط ایمن برای فعالیت بخش خصوصی ورزشی در بازارهای خارجی می‌تواند به ترویج تجارت و صادرات ورزشی کمک کرده و توسعه دیپلماسی اقتصادی را ارتقا دهد. این اقدامات می‌توانند به توسعه دیپلماسی اقتصادی کشور کمک کرده و نقش بخش خصوصی در بهبود و توسعه اقتصاد را تقویت کنند.

پیشنهادات حوزه‌ای جهت افزایش سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش و ترویج فعالیت‌های اقتصادی مرتبط می‌تواند به توسعه دیپلماسی اقتصادی کمک کند. ایجاد فضاهای مساعد و تسهیلات برای فعالیت‌های بخش خصوصی در حوزه ورزش می‌تواند به ترویج تجارت و اقتصاد کشور کمک کرده و توسعه دیپلماسی اقتصادی را تقویت نماید. جذب سرمایه‌گذاری خارجی در بخش ورزش و توسعه همکاری‌های بین‌المللی می‌تواند منجر به تقویت

## References

1. Khodadad Kashi F, Karimnia E. The Effect of Economic and Social Factors on the Success of Sport in the Olympic Games (2012-1996). *Jemr*, 2016; 7 (25) :43-67.
2. Ratten, V., & Ferreira, J. Entrepreneurship, innovation and sport policy: Implications for future research. *Journal International Journal of Sport Policy and Politics*. *Journal International Journal of Sport Policy and Politics*, 2017; 9 (4), 575-577.
3. Sabzi, Z., Shariati, M., saboonchi, R. Role of Sport Diplomacy in Development of Relations with Western Countries. *Sport Physiology & Management Investigations*, 2021; 13(3): 9-27.
4. Shariati Feizabadi M. Designing and Modeling the Components of Sport Diplomacy in the Development of International Relations. PHD Thesis Tehran University. 2015.
5. Holamzadeh Fasandoz, H. Sport as an Industry in Finland- Exploring the Economic Significance, Contributions, and Development of the Sport Sector as an Industry. Academic dissertation to be publicly discussed, by permission of the Faculty of Sport and Health Sciences of the University of Jyvaskyla, 2016.
6. Ebrahimi A, Khatibi A, Mehdipour A, Marashian S. Identification of Internal and External Factors Affecting the Development of Sporting Goods Export. *JRSM* 2021; 11 (21) :124-142
7. Malik, T. H. Varieties of capitalism, innovation performance and the transformation of science into exported products: A panel analysis. *Technological Forecasting and Social Change*, 2017; 118, 324-333.
8. Mousavi Gargari, S. S., Benar, N., Shafiee, S. The Role of Sports Diplomacy in Promoting International Interactions (grounded theory). *Sport Management Studies*, 2022; 14(72): 115-146.
9. Dosti, M., Tabesh, S., Mohsenifar, A. Analysis of the economic challenges of Mazandaran football clubs. *Sport Sciences Quarterly*, 2020; 12(37): 24-48.
10. Mohamadi Askarabadi, M., Eydi, H., Abbasi, H. Thematic Analysis of Factors Affecting the Development of Iran's Sport Economy. *Sport Management and Development*, 2020; 9(4): 20-35.

11. Khazaei, A., Honari, H., & Shahlaee Bagheri, J. Identify the Challenges of Implementing the Resilient Economy in The Country's Sport Industry. *Sport management studies*, 2018;10(49), 59-78.
12. Khosravizadeh, E., Bahrami, A., Haghdadi, A. Investment and involvement barriers of the private sector in Markazi province sport. *Sport Management Studies*, 2014; 6(24): 207-222.
13. Hadian, N., Karimi, A. H. Studying the Relationship between Sport and Foreign Policy on the Basis of Pierre Bourdieu's Field Theory. *POLITICAL QUARTERLY*, 2022; 52(1): 284-259.
14. Askarian, F., rahbar, M., Raghfar, H., Saffari, M. Industry Identify of development barriers of Iran Sports. *Journal of Sport Management and Motor Behavior*, 2021; 17(34): 98-81.
15. Wikner, J., & Bäckstrand, J. Triadic perspective on customization and supplier interaction in customer-driven manufacturing. *Production & Manufacturing Research*, 2018; 6(1), 3-25.
16. Pérez-Pérez, M., Bedia, A. M. S., López-Fernández, M. C., & García-Piqueres, G. Research opportunities on manufacturing flexibility domain: A review and theory-based research agenda. *Journal of Manufacturing Systems*, 2018; 48, 9-20.
17. Moradi, M. Identifying factors affecting the economic prosperity of Iran's sports and providing solutions. Tehran, Iran: Islamic Council Research Center. 2022.
18. Eslamee, S., Soleimani Poulak, F. Opportunities and Challenges of Iran's Economic Diplomacy in the Context of the Comprehensive Strategic Cooperation Agreement with China. *International Political Economy Studies*, 2023; 5(2): 627-657.
19. Margiansyah, D. Revisiting Indonesia's economic diplomacy in the age of disruption: Towards digital economy and innovation diplomacy. *Journal of ASEAN Studies*, 2020; 8(1), 15-39.
20. Postlethwaite, V., Jenkin, C., & Sherry, E. Sport diplomacy: an integrative review. *Sport Management Review*, 2023; 26(3), 361-382.
21. Bayne, N., & Woolcock, S. *The New Economic Diplomacy*. London: Routledge. Center for Economic Research and Surveys, 2017.
22. Chohan, U W. *Economic Diplomacy: A Review*. CASS Working Papers on Economics & National Affairs, Working Paper ID: EC007UC, 2021, Available at SSRN: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3762042>
23. Gomshadzehi, M., Kahrazeh, Y., & Mohammadi Sadegh, S. The Role of Ethics in Economic Diplomacy and Its Impact on the Relations Between Iran and China in Recent Years. *International Journal of Ethics and Society*, 2022; 4(3), 10-15.
24. Mushfaq, Z. Regional and extra-regional economic diplomacy in order to strengthen economic growth. *Scientific Monthly "Economic Security"*, 2023; 11(1), 77-100.
25. Kunchka, M., Raneta, L., & Steblak, D. Economic Diplomacy and its relevance in countries and different income Levels: A perspective for a transition economy. *Baltic Journal of Economic Studies*, 2023; 9(2), 19-33.

26. Sadeghi Shahdani, M., Tavakoli, R., Arabpour, A. A Model for Formulating Economic Diplomacy Policies of the Islamic Republic of Iran based on the Review of the Higher Level Documents. *Quarterly Journal of the Macro and Strategic Policies*, 2021; 9: 106-130.
27. Fatahimilasi, S., Honari, H., Keshkar, S. Economic and sports effects of the development of sports diplomacy in the Islamic Republic of Iran. *Sports Marketing Studies*, 2022; 3(2): 29-1.
28. Zare, A., Izadi, B., Rascher, D., Dickson, G. Framework of macroeconomic diplomacy strategies in the country's sports. *Sport Management and Development*, 2022. (Articles in Press). doi: 10.22124/jsmd.2022.19998.2580
29. Zare, A., Izadi, B., Rascher, D., Dickson, G. Factors affecting economic diplomacy in sports. *Strategic Studies on Youth and Sports*, 2022. (Articles in Press). doi: 10.22034/ssys.2022.2203.2573.

## Identifying the factors affecting the development of economic diplomacy in sports in Iran

Maziyar Kalashi<sup>1\*</sup> - Behnam Naghi Porgivi<sup>2</sup> - Zohra Khosravipour<sup>3</sup>

1. Assistant Professor in Sport Management, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran 2. Assistant Professor in sports management, Research Institute of Physical Education and Sports Sciences, Iran 3. PhD student in sports management, University of Guilan, Rasht, Iran

(Received:2023/09/21;Accepted:2024/02/25)

### Abstract

The purpose of this study was to identify the effective factors in the economic diplomacy development in the sports industry in Iran. The research was descriptive-correlational and the target population included all professors, experts, and professionals in sports management and economics familiar with the concept of sports economics. By using Cochran's formula, a sample size of 144 respondents was determined, and data was collected using a researcher-made questionnaire. The validity and reliability of the questionnaire were confirmed through expert judgment and Cronbach's alpha test, respectively. Structural equation modeling (third-order factor analysis) and Smart PLS 3 software were used to achieve the research objectives. The results indicated that economic infrastructure, knowledge and information development, communication development, quality enhancement of exports, expansion of exports, private sector development, active participation, and support are the key factors in the economic diplomacy development in the sports industry in Iran. Based on the research findings, on the one hand, it can be concluded that the development of the private sector and the increase of active participation and support in the field of the sports industry can help the development of economic diplomacy of sports. On the other hand, promoting and facilitating quality exports and strengthening and developing diplomatic and economic communications and relations can also be effective factors in the development of economic diplomacy in Iranian sports.

### Keywords

Economic Diplomacy, economic diplomacy in Sports, public diplomacy, sports diplomacy, sports economics.

---

\* Corresponding Author; Email: [Kalashi.maziyar@gmail.com](mailto:Kalashi.maziyar@gmail.com)