

رصد اقتصاد لوازم و تجهیزات ورزشی و راهکارهای توسعه جایگاه آن در اقتصاد کشور



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

تاریخ انتشار:

۱۴۰۴/۹/۲۹

شماره مسلسل:

۲۱۱۹۱



مرکز پژوهش‌های
مجلس شورای اسلامی

عنوان گزارش:

رصد اقتصاد لوازم و تجهیزات ورزشی و راهکارهای
توسعه جایگاه آن در اقتصاد کشور

نوع گزارش: طرح / لایحه ، راهبردی ، نظارتی ، پیش‌نویس قانونی

نام دفتر:

مطالعات فرهنگی و آموزش (گروه ورزش، میراث فرهنگی و گردشگری)

تهیه و تدوین:

محمدحسین قربانی (عضو هیئت علمی پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی)

مدیر مطالعه:

سعید شفیعا

ناظر علمی:

موسی بیات

ناظر علمی خارج از مرکز

محسن اسمعیلی (عضو هیئت علمی پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی)

اظهار نظر کنندگان خارج مرکز:

علیرضا کلانتری (مدیرکل دفتر توسعه ورزش همگانی وزارت ورزش و جوانان)، محسن جهانشیر (معاون مرکز مشارکت‌ها، سرمایه‌گذاری و اقتصاد ورزش وزارت ورزش و جوانان)، شهرزاد کیهان (رئیس اداره کل صنایع خلاق و ورزش دفتر تجهیزات، برق، الکترونیک، نرم‌افزار و صنایع خلاق وزارت صمت)، سیدحسین محمودی (عضو هیئت مدیره اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان لوازم ورزشی)

همکار:

حسین هروانی (دفتر مطالعات اقتصادی)

گرافیک و صفحه‌آرایی:

سیده فاطمه ابوطالبی

ویراستار ادبی:

زهرا کریمی

واژه‌های کلیدی:

۱. لوازم و تجهیزات ورزشی
۲. اقتصاد ورزش
۳. تولید، صادرات و واردات

تاریخ شروع مطالعه:

۱۴۰۴/۶/۱



فهرست مطالب

چکیده.....	۶
خلاصه مدیریتی.....	۷
۱. مقدمه.....	۹
۲. پیشینه.....	۱۱
۳. توصیف وضع بازار لوازم و تجهیزات ورزشی در جهان و ایران.....	۱۲
۴. تحلیل موانع توسعه اقتصاد لوازم و تجهیزات ورزشی در ایران.....	۲۲
۵. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری.....	۲۵
منابع و مأخذ.....	۲۸

فهرست جداول

جدول ۱. پیشینه تقنینی.....	۱۱
جدول ۲. عوامل شتاب‌دهنده رشد اقتصاد لوازم و تجهیزات ورزشی (در ابعاد جهانی).....	۱۲
جدول ۳. روندهای نوظهور در بازار لوازم و تجهیزات ورزشی.....	۱۳
جدول ۴. برخی از کدهای تعرفه‌ای مربوط به لوازم و تجهیزات ورزشی.....	۱۴
جدول ۵. آمار اشتغال و میزان سرمایه‌گذاری در صنایع ورزشی سال ۱۴۰۱ براساس پروانه بهره‌برداری.....	۱۵
جدول ۶. میزان تولید لوازم و تجهیزات ورزشی و مجموع ارزش دلاری آن در بازه ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۳.....	۱۵
جدول ۷. روند واردات و صادرات کالاهای ورزشی ایران در مقایسه با کل تجارت کشور (۱۴۰۰-۱۴۰۳).....	۱۹

فهرست شکل‌ها

شکل ۱. زنجیره ارزش صنعت لوازم و تجهیزات ورزشی.....	۱۰
شکل ۲. نمودار روند سهم ارزشی صادرات لوازم و تجهیزات ورزشی از کل صادرات کشور (از سال ۱۳۷۵ تا پنج‌ماه نخست ۱۴۰۴).....	۱۶
شکل ۳. نمودار روند سهم ارزشی صادرات لوازم و تجهیزات ورزشی از کل صادرات کشور (از سال ۱۳۷۵ تا پنج‌ماه نخست ۱۴۰۴).....	۱۷
شکل ۴. نمودار روند ارزشی واردات و صادرات لوازم و تجهیزات ورزشی ایران (از سال ۱۳۷۵ تا پنج‌ماه نخست ۱۴۰۴).....	۱۹
شکل ۵. مقایسه سهم تولید داخل، قاچاق و واردات لوازم و تجهیزات ورزشی در کشور.....	۲۱



رصد اقتصاد لوازم و تجهیزات ورزشی و راهکارهای توسعه جایگاه آن در اقتصاد کشور

[Doi: 10.22034/report.mrc.2025.1404.33.9.21191](https://doi.org/10.22034/report.mrc.2025.1404.33.9.21191)

چکیده



امروزه، صنعت ورزش یکی از صنایع است که بالاترین نرخ رشد در سطح جهانی را دارد. بنابراین جهت‌گیری و برنامه‌ریزی برای ارتقای اقتصاد ورزش در توسعه اقتصادی کشورها می‌تواند نقش مؤثری داشته باشد. لوازم و تجهیزات ورزشی با برخورداری از سهم ۸۰ درصدی از اقتصاد ورزش در دنیا به مهم‌ترین بازیگر این صنعت تبدیل شده است. در این مطالعه به بررسی صنعت لوازم و تجهیزات ورزشی پرداخته شده است. نتیجه این مطالعه نشان می‌دهد تولیدات داخلی لوازم و تجهیزات ورزشی، صرفاً ۳۵ درصد از نیاز بازار داخل کشور را پوشش می‌دهد و در سال‌های اخیر صادرات این صنعت روندی نزولی و واردات روندی صعودی داشته‌اند که منجر به ایجاد ناترازی در این بخش شده است. به طوری که ارزش واردات در سال ۱۴۰۳ پنج برابر بیشتر از صادرات بوده است. در راستای توسعه تولید و صادرات لوازم و تجهیزات ورزشی از یکسو باید بر مزیت‌های رقابتی فعلی برای پوشش نیازهای داخلی و صادرات به کشورهای همسایه بهره‌گرفت و از سوی دیگر با تقویت و به‌کارگیری فناوری‌های نوین بر تنوع و کیفیت محصولات تولید داخل افزود و سیاست‌های حمایتی از صادرات و تنوع‌بخشی به بازارهای صادراتی را در پیش گرفت. در مجموع، راه برون‌رفت از ناترازی مزمن تجارت کالاهای ورزشی، حرکت از مدل مصرف‌محور به مدل تولیدمحور و صادرات‌گراست؛ یعنی پوشش نیاز داخلی و خلق ارزش افزوده صنعتی و حضور فعال در بازارهای خارجی از طریق تدوین استراتژی توسعه صنعتی، ایجاد شرکت‌های تخصصی متناسب با هر یک از مراحل زنجیره ارزش محصولات، تأسیس صندوق توسعه صادرات محصولات ورزشی و بازنگری در تعرفه‌ها و سیاست‌های حمایتی.



■ شرح / بیان مسئله

علاقه به فعالیت بدنی و ورزش‌های تفریحی و تناسب اندام در راستای کاهش و کنترل روند چاقی و کم‌تحرکی در کشور رو به افزایش است. این موضوع در کنار پیشرفت و کاربرد فناوری در تجهیزات ورزشی، افزایش رویدادهای ورزشی، تمرکز فزاینده بر ورزش در برنامه‌های ورزش مدارس و گرایش نهادهای ملی و بین‌المللی برای سیاستگذاری در توسعه سلامت، بازار لوازم و تجهیزات ورزشی را به شدت تحت تأثیر قرار داده و باعث رشد فزاینده این صنعت شده است؛ به طوری که پیش‌بینی می‌شود نرخ رشد سالانه این صنعت در دنیا در دوره ۲۰۲۵-۲۰۳۳ برابر با ۶.۷ درصد باشد. برخلاف رونق فعلی و چشم‌انداز مثبت آتی بازار لوازم و تجهیزات ورزشی در جهان، وضعیت تولید آن در کشور مناسب نبوده و واردات و قاچاق بی‌رویه به کشور برخلاف ظرفیت‌های صادراتی به ایجاد تراز منفی شده منجر است. بنابراین، افزایش تولید داخل با هدف تأمین نیازهای بازار داخلی کشور و جهت‌گیری برای توسعه صادرات محصولات ورزشی را باید به عنوان مسائل محوری بررسی کرد.

■ نقطه نظرات / یافته‌های کلیدی

- در بازه سال‌های ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۳ میزان تولید لوازم و تجهیزات ورزشی در کشور، سیر صعودی داشته و ارزش دلاری آن از ۲۶/۸۰ به ۳۹/۵ میلیون دلار افزایش داشته است.

- بالاترین میزان تولید لوازم و تجهیزات ورزشی در کشور مربوط به توپ‌های ورزشی و چمن مصنوعی است. با این حال تولید دستگاه‌ها و تجهیزات بدن‌سازی، تاتامی‌ها، کف‌پوش‌های ورزشی و پوشاک ورزشی نسبت به سایر اقلام، تولید بالتری دارد. این تولیدات اغلب علاوه بر مصرف داخلی به کشورهای همسایه از جمله عراق، افغانستان، ارمنستان، پاکستان، تاجیکستان، ترکمنستان، جمهوری آذربایجان و... صادر می‌شود.

- در سال‌های ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۳ صادرات کالاهای ورزشی ایران از ۱۲ به ۱۰ میلیون دلار کاهش یافته، در حالی که واردات از ۲۲ به حدود ۵۰ میلیون دلار افزایش داشته است. این تغییر نشان‌دهنده رشد واردات و رکود صادرات است؛ تاجایی که در سال ۱۴۰۳ میزان واردات تقریباً پنج برابر صادرات بوده است. سهم این کالاها از کل تجارت کشور همچنان ناچیز و نزدیک به صفر است (حدود ۰/۰۰۷ درصد در واردات و ۰/۰۰۲ درصد در صادرات). در مقایسه، اتحادیه اروپا با حجم واردات ۶/۱ و صادرات ۷/۷ میلیارد یورو در سال ۲۰۲۳، سهمی حدود ۰/۳ درصد تا ۰/۴ درصد از کل تجارت خود را به کالاهای ورزشی اختصاص داده است. بنابراین، جایگاه ایران در عرصه جهانی این صنعت نیازمند تقویت ظرفیت صنعتی و صادراتی است.

- بخش عمده‌ای از لوازم و تجهیزات ورزشی (۴۵ درصد) به صورت غیررسمی و قاچاق وارد کشور و یا به شکل غیررسمی در کشور تولید می‌شود. نبود اطلاعات به روز و جامع از عرضه‌کنندگان مواد اولیه و قطعات مورد نیاز، تولیدکنندگان را برای تهیه مواد اولیه و قطعات دچار مشکل کرده است.

- طبقه‌بندی مستقل و مشخصی برای لوازم و تجهیزات ورزشی در وزارت صمت به عنوان متولی طبقه‌بندی مربوطه، وجود ندارد.



■ پیشنهاد راهکارهای تقنینی، نظارتی یا سیاستی

نظارت مجلس شورای اسلامی بر موارد زیر:

- نظارت بر حسن اجرای قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز (مصوب ۱۳۹۲/۱۰/۰۳ با اصلاحات و الحاقات بعدی) با تأکید بر لوازم و تجهیزات ورزشی و ارائه گزارش آن از سوی ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز.
- نظارت بر اجرای قانون جهش تولید دانش بنیان (مصوب ۱۴۰۱/۰۲/۳۱ مجلس شورای اسلامی) در حوزه ورزش بانگه تولید لوازم و تجهیزات ورزشی.
- نظارت بر اجرای سیاست‌های تشویقی برای افزایش مشارکت مردم در فعالیت‌های ورزشی (موضوع آیین‌نامه بند «چ» ماده (۷۳) برنامه هفتم توسعه کشور، مبنی بر ارائه مشوق از جمله تخفیف‌های بیمه‌ای به افراد دارای فعالیت ورزشی) و ایجاد زمینه برای حرفه‌ای‌سازی ورزش (موضوع بند «الف» ماده (۷۸) برنامه هفتم توسعه کشور، مبنی بر اعطای حق پخش تلویزیونی مسابقات ورزشی). تحقق این دو حکم قانونی، به صورت غیرمستقیم باعث افزایش رونق اقتصاد لوازم و تجهیزات ورزشی می‌شود.
- نظارت بر اجرای جزء «۵» بند «الف» ماده (۴) قانون اهداف، وظایف و اختیارات وزارت ورزش و جوانان مبنی بر «جذب، ساماندهی و تسهیل مشارکت، تشویق و حمایت از سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی برای توسعه ورزش کشور».

■ پیشنهادهای سیاستی و اجرایی

- تمرکز بر تقویت و هماهنگ‌سازی زنجیره ارزش صنعت لوازم و تجهیزات ورزشی کشور از طریق:
- تدوین برنامه ملی تولید لوازم و تجهیزات ورزشی و تصویب آن در سطح هیئت وزیران.
- تدوین استراتژی توسعه صنعتی لوازم و تجهیزات ورزشی از سوی وزارت صمت با همکاری وزارت ورزش و جوانان مبتنی بر تعیین اولویت‌های تولید محصولات و بازارهای هدف با محوریت تأمین حداکثری نیاز بازار داخل.
- ارتقای فناوری تولید و دیجیتالی‌سازی زنجیره ارزش از طریق ایجاد خوشه‌های صنعتی ورزشی، حمایت از تحقیق و توسعه در طراحی و مهندسی محصولات، ورود فناوری‌های نو و تسهیل واردات ماشین‌آلات و قطعات صنعتی.
- بازنگری در تعرفه‌ها و سیاست‌های حمایتی به گونه‌ای که تعرفه واردات ماشین‌آلات، مواد اولیه و قطعات تخصصی کاهش و تعرفه محصولات آماده مصرف افزایش پیدا کند تا رقابت منفی علیه تولیدکننده ملی کاهش یابد و انگیزه تولید داخلی بالا رود.
- توسعه نظام استانداردسازی لوازم و تجهیزات ورزشی و همچنین تجاری‌سازی و تقویت برند تجاری آنها با نظارت مشترک وزارت صمت، وزارت ورزش و جوانان و سازمان ملی استاندارد.
- تأسیس اتحادیه کشوری صنف تولیدکنندگان و فروشندگان لوازم ورزشی و همچنین تأسیس شهرک صنعتی لوازم و تجهیزات ورزشی کشور.
- ارائه تسهیلات از جمله وام‌های کم‌بهره و همچنین حمایت فضایی از طریق تأسیس شهرک صنعتی لوازم و تجهیزات ورزشی برای حمایت از تولیدکنندگان و کاهش تولیدات زیرپله‌ای.
- تهیه دسته‌بندی مستقل محصولات ورزشی از سوی وزارت صمت و ارائه آمار دقیق آن به سیاستگذاران، متولیان و سرمایه‌گذاران.
- تهیه بانک جامع و به‌روز عرضه‌کنندگان مواد اولیه و قطعات مورد نیاز در تولید لوازم و تجهیزات ورزشی و عرضه آن به تولیدکنندگان و سرمایه‌گذاران.
- حمایت از تولید محصولاتی دارای مزیت رقابتی از جمله دستگاه‌ها و تجهیزات بدن‌سازی، انواع توپ‌ها، تاتامی‌ها و کف‌پوش‌های ورزشی، چمن مصنوعی و پوشاک ورزشی برای پوشش نیازهای داخلی.
- ایجاد صندوق توسعه صادرات محصولات ورزشی با مشارکت وزارت صمت، وزارت ورزش و بانک توسعه صادرات.
- تمرکز درآمدهای حاصل از وضع تعرفه بر واردات محصولات ورزشی و همچنین جرائم مربوط به کشفیات کالاهای قاچاق در یک ردیف درآمدی خاص و هزینه آن در راستای حمایت از تولیدکنندگان ورزشی.

۱. مقدمه

در چشم‌انداز به سرعت در حال تحول بازار تجهیزات ورزشی، فناوری نقش محوری در بهبود عملکرد ورزشی، ایمنی و کیفیت تجربه و تماشای ورزش ایفا می‌کند. امروزه، ورزشکاران به‌طور فزاینده به ابزارهایی مانند شبیه‌سازی‌های کامپیوتری با استفاده از دوربین‌های فیلم‌برداری پیشرفته و مدل‌های ریاضی و فیزیکی پیچیده روی آورده‌اند. این ابزارها، آنها را قادر می‌کند حرکات بدنی خود را به اجزای تشکیل‌دهنده آن تجزیه کنند. این امر به نوبه خود باعث می‌شود تا ورزشکاران یا مربیان مربوطه نقص‌ها را تشخیص داده و تصمیم بگیرند که چگونه آنها را بهبود بخشند. در سال‌های اخیر، پذیرش فناوری‌های جدید و نوظهور در صنعت ورزش مانند تجزیه و تحلیل کلان داده، هوش مصنوعی،^۱ خدمات ابری، پوشیدنی‌ها و پهپادها به‌طور قابل توجهی افزایش یافته است. انتظار می‌رود فناوری‌های ورزشی، رویدادهای ورزشی را منصفانه‌تر، ایمن‌تر و سودآورتر کنند. طبق تحقیقات مؤسسه ایمر جن،^۲ پیش‌بینی می‌شود بازار جهانی فناوری‌های ورزشی در سال ۲۰۲۸ به ۴۰٫۲۲ میلیارد دلار برسد و نرخ رشد سالانه ۱۸٫۵ درصد را ثبت کند [۱].

امروزه، در رشته‌های مختلف ورزشی تجهیزات ورزشی متنوعی استفاده می‌شود؛ از توپ و تور گرفته تا وسایل محافظتی مانند کلاه ایمنی، بازوبند و زانوبند و غیره. تجهیزات ورزشی در طول سال‌ها به دلیل تأکید روزافزون بر پیشگیری از آسیب‌های ورزشی تکامل یافته‌اند. بهبود سطح زندگی، افزایش شهرنشینی و افزایش قدرت خرید، انگیزه‌ای برای بازار تجهیزات ورزشی ایجاد کرده است. افزایش مشکلات سلامتی مرتبط با سبک زندگی، مانند استرس و چاقی، افراد بیشتری را به شرکت در فعالیت‌های ورزشی تشویق می‌کند و تقاضا برای تجهیزات مختلف تناسب اندام و ورزش را افزایش می‌دهد. افزایش دسترسی به برندهای شناخته شده بین‌المللی تجهیزات ورزشی، به تقاضای محصول می‌افزاید. افزایش پوشش رسانه‌ای رویدادهای ورزشی جهانی، مانند بازی‌های المپیک، بازی‌های کشورهای مشترک‌المنافع و جام‌های جهانی فیفا، جوانان را به شرکت در ورزش‌های مختلف تشویق کرده است. صنعت تجهیزات ورزشی به سرعت در حال پذیرش فناوری‌های جدید و تطبیق محصولات خود با روندهای جهانی در حال تغییر است [۲].

رشد بازار لوازم و تجهیزات ورزشی تحت تأثیر عوامل مختلفی از جمله افزایش علاقه به تناسب اندام، فعالیت بدنی و ورزش‌های تفریحی، پیشرفت‌های فناورانه در تجهیزات ورزشی هوشمند، متصل و بیومکانیکی و تمرکز فزاینده بر ورزش جوانان، برنامه‌های مدارس و ابتکارات مبتنی بر جامعه است. نوآوری‌های فناورانه در پوشیدنی‌های هوشمند، تجهیزات نظارت بر عملکرد، واقعیت افزوده^۳ و تجارت دیجیتال، همراه با پیشرفت در مواد پایدار، تکنیک‌های تولید و مدل‌های توزیع، ایمنی، راحتی و قابلیت فروش تجهیزات ورزشی را افزایش داده و از رشد بازار حمایت می‌کند. گسترش کاربردهای تجهیزات ورزشی در ورزش‌های آبی، ماجراجویی و ورزشی، همراه با تأکید روزافزون بر مشارکت فراگیر ورزشی، فرصت‌های جدیدی را برای فعالان بازار ایجاد می‌کند. علاوه بر این، تمرکز بر توسعه تجهیزات ورزشی سبک، چندمنظوره و دیجیتالی یکپارچه برای محیط‌های مختلف ورزشی و تناسب اندام، رشد بازار تجهیزات ورزشی را افزایش می‌دهد.

1. Artificial Intelligence (AI)
2. Emergen
3. Augmented Reality (AR)

امروزه کشورها و شرکت‌های مختلفی در راستای توسعه صنایع، به بررسی زنجیره ارزش صنعت مربوطه اقدام می‌کنند. زنجیره ارزش، به فرایندهایی می‌گویند که ارزش به محصول یا خدمات اضافه می‌شود و شامل فعالیت‌هایی از قبیل ایده‌پردازی، طراحی، تولید، توزیع و فروش و خدمات پس از فروش می‌شود [۳]. این زنجیره به‌عنوان یک الگوی مفهومی نشان می‌دهد که چگونه سازمان می‌تواند با بهینه‌سازی فعالیت‌ها و بهره‌وری در هر مرحله، برتری رقابتی را به دست آورد و ارزش بیشتری برای مشتریان ایجاد کند [۴]. با بررسی مراحل و فرایندهای مختلف صنعت لوازم و تجهیزات ورزشی در کشور، می‌توان ۶ بخش مهم را برای زنجیره ارزش این صنعت در نظر گرفت (شکل ۱).

شکل ۱. زنجیره ارزش صنعت لوازم و تجهیزات ورزشی



مأخذ: نگارنده.

زنجیره ارزش صنعت لوازم و تجهیزات ورزشی از مواد اولیه آغاز و پس از ورود به شرکت‌های تولیدکننده به وسیله فناوری و تجهیزات و فرایندهای تولیدی آنها، تبدیل به محصول می‌شود و از طریق بازار در اختیار کاربران نهایی قرار می‌گیرد. هر یک از این مراحل در توسعه این صنعت، نقش مؤثری را ایفا می‌کند و افزایش تولید، ایجاد مزیت رقابتی و در نهایت سودآوری این صنعت در گرو توجه به ابعاد و اجرای این زنجیره تأمین است. یکی از نقاط ضعف، زنجیره ارزش صنعت لوازم و تجهیزات ورزشی کشور، این است که در هر یک از اجزای زنجیره، شرکت‌های تخصصی ایجاد نشده است و عمدتاً تمامی مراحل زنجیره توسط شرکت تولیدکننده یا تأمین‌کننده انجام می‌گیرد. به عبارت دیگر، این زنجیره نیازمند ایجاد شرکت‌های تأمین‌کننده، بازاریاب، توزیع‌کننده، تقویت‌برند، نمایندگی‌های عرضه و خدمات پس از فروش و... است.



۲-۱. سوابق تقنینی به همراه آسیب شناسی

در حوزه اقتصاد لوازم و تجهیزات ورزشی در کشور، قانون مجزا و مستقلاً وجود ندارد و این حوزه در چارچوب قوانین و مقررات عمومی و کلی موجود در کشور فعالیت می‌کند. در جزء «۵» بند «الف» ماده (۴) قانون اهداف، وظایف و اختیارات وزارت ورزش و جوانان [۵] بر موضوع جذب، ساماندهی و تسهیل مشارکت، تشویق و حمایت از سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی برای توسعه ورزش کشور تأکید شده است. اگرچه این وزارتخانه واحدی با عنوان «مرکز مشارکت‌ها، سرمایه‌گذاری و اقتصاد ورزش» را در ساختار تشکیلاتی راه‌اندازی کرده است؛ اما اقداماتی که تاکنون در راستای اجرای این وظیفه قانونی انجام گرفته، ملموس نیست. یکی از قوانینی که در سال‌های اخیر برای حمایت از تولیدات دانش‌بنیان تصویب شده، «قانون جهش تولید دانش‌بنیان» است. طبق این قانون «آیین‌نامه حمایت از تولید، دانش‌بنیان و اشتغال آفرین در حوزه ورزش و جوانان» در سال ۱۴۰۱ تهیه و به تصویب هیئت وزیران رسیده است. راه‌اندازی «مرکز نوآوری و شتاب‌دهی هوش مصنوعی، متاورس و بلاک‌چین ورزش کشور (همتا)» برعهده وزارت ورزش و جوانان در راستای اجرایی‌سازی این قانون است، که تاکنون محصولات تجاری‌سازی شده و ملموسی از سوی این مراکز به بازار عرضه نشده است. با وجود تصویب قوانین حمایتی از جمله «قانون حداکثر استفاده از توان تولیدی و خدماتی کشور و حمایت از کالای ایرانی» (مصوب ۱۳۹۸/۰۲/۱۵ مجلس شورای اسلامی) و «قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و ارتقای نظام مالی کشور» (مصوب ۱۳۹۴/۰۲/۰۱ مجلس شورای اسلامی)، بی‌توجهی در اجرای آن و در نتیجه قاچاق لوازم و تجهیزات ورزشی و عدم حمایت از تولیدکنندگان رسمی لوازم و تجهیزات در کشور موجب شده تا این قوانین اثربخشی لازم را نداشته باشد.

جدول ۱. پیشینه تقنینی

ردیف	نام سند (قانون... / تصویب‌نامه... / ...)	مرجع تصویب	تاریخ تصویب	شماره ماده / صفحه و متن قانون
۱	قانون اهداف، وظایف و اختیارات وزارت ورزش و جوانان [۵]	مجلس شورای اسلامی	۱۳۹۹/۰۷/۰۸	جزء «۵» بند «الف» ماده (۴): «جذب، ساماندهی و تسهیل مشارکت، تشویق و حمایت از سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی به‌منظور توسعه ورزش کشور».
۲	قانون جهش تولید دانش‌بنیان [۶]	مجلس شورای اسلامی	۱۴۰۱/۰۲/۲۱	تبصره بند «الف» ماده (۴): «وزارت موظف است به‌منظور تأمین و تجهیز امکانات مورد نیاز رشته‌های ورزش تیراندازی از قبیل اسلحه و مهمات ورزشی از تولیدات داخلی استفاده کند».
۳	قانون تأمین مالی تولید و زیرساخت‌ها [۷]	مجلس شورای اسلامی	۱۴۰۳/۰۲/۲۲	تمامی بخش‌های قانون
۴	قانون حداکثر استفاده از توان تولیدی و خدماتی کشور و حمایت از کالای ایرانی [۸]	مجلس شورای اسلامی	۱۳۹۸/۰۲/۱۵	تمامی بخش‌های قانون
۵	قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و ارتقای نظام مالی کشور [۹]	مجلس شورای اسلامی	۱۳۹۴/۰۲/۰۱	تمامی بخش‌های قانون



۳. توصیف وضع بازار لوازم و تجهیزات ورزشی در جهان و ایران



۳-۱. توصیف وضع بازار لوازم و تجهیزات ورزشی در جهان

ارزش بازار جهانی تجهیزات و لوازم ورزشی در سال ۲۰۲۴، برابر با ۳۸۸.۲۲ میلیارد دلار تخمین زده شده است. پیش‌بینی می‌شود که این رقم از ۴۱۴.۲۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۵ به ۶۹۵.۹۳ میلیارد دلار تا سال ۲۰۳۳ برسد و با نرخ رشد سالانه ۶.۷ درصد در دوره پیش‌بینی (۲۰۲۵-۲۰۳۳) رشد کند [۱۰]. کشور چین توانسته است بیشترین میزان درآمد را از آن خود کند و آلمان برترین کشور در نوآوری و تولید محصولات با کیفیت بوده است [۱۰]. آسیا و اقیانوسیه سریع‌ترین بازار در حال رشد تجهیزات ورزشی و کشورهایمانند چین، ژاپن، هند، کره جنوبی و استرالیا از جمله کشورهای اصلی در این بازار هستند. پیش‌بینی می‌شود ارزش کل بازار ورزش در سال ۲۰۲۵ برابر با ۵۰۷،۶۹ و در ۲۰۳۳ برابر با ۸۶۲،۵۹ میلیون دلار (رشد ۱/۷) شود [۱۱]. این آمار بیانگر سهم ۸۰ درصدی تجهیزات و لوازم ورزشی از ارزش کل بازار ورزش است و در نتیجه، بازار مستعدی برای سرمایه‌گذاران در سطح بین‌المللی است.

لوازم و تجهیزات ورزشی عمدتاً بر مبنای محصول و یا کاربر نهایی قابل دسته‌بندی هستند که عبارت‌اند از:

الف) دسته‌بندی بر مبنای محصول: شامل تجهیزات ورزش‌های فضای باز و ماجراجویانه، ورزش‌های توپی، آمادگی جسمانی و تناسب اندام، آموزشی و تمرینی ورزش قهرمانی می‌شود [۱۲].

ب) دسته‌بندی بر مبنای کاربر نهایی: شامل مشتریان انفرادی، مدارس و مؤسسات آموزشی، تیم‌ها و ورزش‌های حرفه‌ای، باشگاه‌ها و مراکز تناسب اندام می‌شود [۱۳].

۳-۱-۱. عوامل شتاب‌دهنده رشد اقتصاد لوازم و تجهیزات ورزشی (در ابعاد جهانی)

بازار لوازم و تجهیزات ورزشی دارای چشم‌انداز روشن و روبه‌رشدی است. البته برخلاف این چشم‌انداز صعودی، پیش‌بینی می‌شود با افزایش نفوذ اینترنت و ترجیح جمعیت جوان برای بازی‌های آنلاین و دیجیتال، گسترش صنعت تجهیزات ورزشی با محدودیت مواجه شود [۷]. با وجود این، چشم‌انداز اقتصاد لوازم و تجهیزات ورزشی در جهان مثبت است؛ و عواملی از جمله افزایش آگاهی مردم در مورد سلامت، گرایش نهادهای ملی و بین‌المللی برای سیاست‌گذاری در توسعه سلامت، رشد مشارکت در ورزش، افزایش رویدادهای ورزشی، پیشرفت‌ها و کاربرد فناوری در تجهیزات ورزشی و تجارت الکترونیک و افزایش خرده‌فروشی دیجیتال، آینده این صنعت را بارشده و شتاب قابل توجهی خواهد کرد.

جدول ۲. عوامل شتاب‌دهنده رشد اقتصاد لوازم و تجهیزات ورزشی (در ابعاد جهانی)

عوامل شتاب‌دهنده	شرح عوامل
افزایش آگاهی مردم در مورد سلامت	افزایش آگاهی در مورد سلامت و تناسب اندام در بین مصرف‌کنندگان یکی از محرک‌های اصلی بازار تجهیزات ورزشی است. با افزایش نرخ اضافه وزن و چاقی و خطرهای آن برای سلامتی، افراد تمایل بیشتری به سبک زندگی فعال دارند و این موضوع به افزایش مشارکت در فعالیت‌های ورزشی و تناسب اندام منجر می‌شود.
گرایش نهادهای ملی و بین‌المللی برای سیاست‌گذاری در توسعه سلامت	بر اساس گزارش سازمان بهداشت جهانی (WHO)، عدم فعالیت بدنی یکی از عوامل اصلی خطر مرگ‌ومیر جهانی است که سالانه تقریباً به ۳/۲ میلیون مرگ منجر می‌شود. این آمار نگران‌کننده، دولت‌ها و سازمان‌های بهداشتی را بر آن داشته است تا فعالیت بدنی را ترویج دهند و در نتیجه ابتکاراتی با هدف افزایش مشارکت در ورزش انجام شود. به عنوان مثال، طرح اقدام جهانی در مورد فعالیت بدنی ۲۰۳۰-۲۰۱۸ توسط سازمان بهداشت جهانی، کشورها را تشویق می‌کند تا راهبردهایی اجرا کنند که هدف آنها کاهش ۱۵ درصدی نداشتن فعالیت بدنی تا سال ۲۰۳۰ است که تقاضا برای لوازم و تجهیزات ورزشی را بیشتر افزایش می‌دهد [۱۳].

عوامل شتاب‌دهنده	شرح عوامل
رشد مشارکت در ورزش	افزایش مشارکت ورزشی، چه به صورت تفریحی و چه به صورت رقابتی، به طور قابل توجهی به رشد بازار تجهیزات ورزشی کمک می‌کند [۱۳].
رشد رویدادهای ورزشی	رویدادهای مختلف جهانی، مانند المپیک و مسابقات قهرمانی جهان، مردم را به شرکت در ورزش ترغیب می‌کند که به افزایش فروش تجهیزات امر متبصر می‌شود. مطابق با گزارش کمیته بین‌المللی المپیک (IOC) در المپیک ۲۰۲۴ پاریس، ۳۲۹ رویداد با مشارکت ۱۰۷۱۴ ورزشکار در ۳۲ رشته ورزشی برگزار شد [۸] که نشان‌دهنده علاقه روزافزون به ورزش‌های رقابتی است.
پیشرفت‌ها و کاربرد فناوری در تجهیزات ورزشی	نوآوری‌ها در فناوری، بازار تجهیزات ورزشی را متحول کرده و به توسعه محصولات پیشرفته و با کارایی بالا منجر شده است. مواد پیشرفته، مانند کامپوزیت‌های سبک و پارچه‌های جاذب رطوبت، به طور فزاینده‌ای برای بهبود عملکرد و کارایی تجهیزات ورزشی مورد استفاده قرار می‌گیرند. طبق گزارش انجمن بین‌المللی فناوری ورزشی (ISTA)، پیشرفت‌های فناوری به افزایش ۱۵ درصدی در بازدهی عملکرد تجهیزات ورزشی مختلف در پنج سال گذشته منجر شده است [۱۳].
تجارت الکترونیک و رشد خرده‌فروشی دیجیتال	گسترش سکویهای تجارت الکترونیک، نحوه خرید تجهیزات ورزشی توسط مصرف‌کنندگان را به طور قابل توجهی تغییر داده است. با افزایش خرده‌فروشی آنلاین، مصرف‌کنندگان به طیف وسیع‌تری از محصولات و برندها دسترسی دارند که به افزایش فروش منجر می‌شود. طبق گزارش صندوق بین‌المللی پول (IMF)، پیش‌بینی می‌شود تجارت الکترونیک در بخش خرده‌فروشی تا سال ۲۰۲۵ سالانه تقریباً ۲۰ درصد رشد کند که نشان‌دهنده تغییر قابل توجه در رفتار خرید مصرف‌کننده است [۱۳].

۲-۱-۳. روندهای نوظهور در بازار لوازم و تجهیزات ورزشی

به طور کلی چهار روند نوظهور را می‌توان در بازار تجهیزات ورزشی در نظر گرفت که عبارت‌اند از: محصولات سازگار با محیط زیست، ادغام فناوری، سفارشی‌سازی و رشد تجارت الکترونیک. این روندها بیانگر سرعت تحول در بازار است. در روند پیش‌روی بازار لوازم و تجهیزات ورزشی، ترجیحات مصرف‌کننده به سمت محصولاتی در دسترس‌تر، پایدارتر و از نظر فناوری یکپارچه‌تر در حال تغییر است. شرکت‌هایی که به سرعت با این تغییرات سازگار شوند و بر نوآوری و تعامل با مشتری تمرکز کنند، احتمالاً به عنوان رهبران و پیشتازان بازار ظاهر خواهند شد [۱۴].

جدول ۳. روندهای نوظهور در بازار لوازم و تجهیزات ورزشی [۱۴]

روندها	شرح روند
محصولات سازگار با محیط زیست	با تأکید روزافزون بر سازگاری، شرکت‌ها در سراسر جهان در حال سرمایه‌گذاری در فرایندها و مواد تولیدی سازگار با محیط زیست هستند. مصرف‌کنندگان تمایل خود را برای پرداخت هزینه بیشتر برای محصولاتی که با استفاده از شیوه‌های همسو با محیط زیست ساخته شده‌اند، نشان می‌دهند و این امر برندها را به سمت مطابقت محیط‌زیستی نه تنها در محصولات خود، بلکه در کل عملیات سوق می‌دهد.
ادغام فناوری	ادغام فناوری در تجهیزات ورزشی یک تغییر اساسی است، به طوری که تجزیه و تحلیل عملکرد به یک روند قابل توجه تبدیل شده است. ابزارهایی که طیف وسیعی از داده‌ها را اندازه‌گیری می‌کنند، اکنون رایج شده‌اند و به بهبود عملکرد ورزشی و پیشگیری از آسیب‌دیدگی کمک می‌کنند. پوشیدنی‌ها، مچ‌بندهای ردیابی داده، حسگرهای تعبیه شده در تجهیزات و لباس‌های هوشمند، اطلاعات دقیقی در مورد اقدامات، نیرو و دقت ورزشکاران ارائه می‌دهند.
سفارشی‌سازی	بازار شاهد تغییر به سمت محصولات شخصی‌سازی شده‌تر برای برآوردن نیازهای فردی است. این روند با پیشرفت‌های فناوری که امکان تولید سفارشی در مقیاس بزرگ را فراهم می‌کند، پشتیبانی می‌شود. در حال حاضر، مصرف‌کنندگان انتظار دارند محصولاتی متناسب با نیازهای خاص خود، از پوشاک و کفش‌های سفارشی گرفته تا تجهیزات شخصی‌سازی شده، دریافت کنند.
رشد تجارت الکترونیک	افزایش خرید آنلاین با همه‌گیری کووید ۱۹، تسریع یافته و بازار تجهیزات ورزشی نیز از این قاعده مستثنا نیست. برندها در حال افزایش حضور آنلاین و قابلیت‌های تجارت الکترونیک خود هستند تا تقاضای رو به رشد برای گزینه‌های خرید برخط را برآورده و تجربه خرید شخصی‌تری را فراهم کنند.



۲-۳. توصیف وضع اقتصاد لوازم و تجهیزات ورزشی در ایران

لوازم و تجهیزات ورزشی، به‌عنوان یکی از حوزه‌های فعالیت اقتصادی به‌طور مستقیم در زیرمجموعه مأموریتی و نظارتی وزارت صنعت، معدن و تجارت قرار دارد. در این راستا اقداماتی از جمله صدور مجوز کسب و کار، انجام امور صادرات و واردات، تأمین ارز، مواد اولیه مرتبط با لوازم و تجهیزات ورزشی و... توسط وزارت صمت انجام می‌شود. برای دسته‌بندی فعالیت‌های بازرگانی، این فعالیت‌ها توسط وزارت صمت در چهارده رشته فعالیت دسته‌بندی شده است. لوازم و تجهیزات ورزشی در رشته فعالیت «لوازم ورزشی، اسباب‌بازی و قطعات مربوطه و مصنوعات» قرار دارند. به‌عبارت‌دیگر، گرچه در یکی از رشته فعالیت‌های چهارده‌گانه دیده شده است، اما به صورت مستقل نیست و به‌همراه اسباب‌بازی و برخی مصنوعات در یک رشته فعالیت قرار دارند.

کالاهای مورد مبادله در گروه لوازم و تجهیزات ورزشی در زیرمجموعه‌ای از کدهای تعرفه‌ای هشت‌رقمی (HS Code) طبقه‌بندی شده‌اند که شاخص‌ترین آنها در جدول ذیل نمایش داده شده است:

جدول ۴. برخی از کدهای تعرفه‌ای مربوط به لوازم و تجهیزات ورزشی [۱۵]

کد تعرفه	کالاهای	ردیف
۶۱۰۴۳۳۹۰	ژاکت و ژاکت ورزشی از سایر الیاف سنتتیک ^۱ کشباف یا قلاب‌باف زنانه یا دخترانه	۱
۸۹۰۳۳۱۱۰	قایق‌های تفریحی و ورزشی موتوری، غیر قابل باد کردن دارای طول حداکثر ۵/۷ متر	۲
۸۴۳۲۸۰۰۰	ماشین‌آلات و وسایل آماده‌کردن یا کشت و زرع زمین، غیر مذکور در جای دیگر، غلتک برای چمن یا زمین ورزش	۳
۸۴۳۳۱۹۰۰	ماشین‌های چمن‌زنی برای چمنزار، پارک یا زمین ورزش، که در جای دیگر نباشد	۴
۸۹۰۳۹۹۰۰	وسایل نقلیه آبی غیر مذکور برای تفریح یا ورزش، قایق‌های پارویی و کانوها	۵
۹۵۰۶۹۱۹۰	سایر اشیا و ادوات برای تمرینات عمومی فیزیکی، ژیمناستیک یا ورزش پهلوانی به‌جز تردمیل	۶
۹۵۰۶۶۲۱۰	توپ فوتبال، بسکتبال، والیبال، هندبال	۷
۹۵۰۶۴۰۱۰	راکت برای تنیس روی میز	۸

کدهای تعرفه‌ای جدول فوق براساس کدهای HS هشت‌رقمی مندرج در کتاب قانون مقررات واردات و صادرات است. گرچه در این دسته‌بندی، برخی اقلام و تجهیزات ورزشی کاملاً متمایز هستند؛ اما برخی دیگر از کدهای تعرفه، اقلام ورزشی و غیرورزشی با یکدیگر در یک تعرفه قرار گرفته‌اند. برای مثال در اقلام «ماشین‌های چمن‌زنی برای چمنزار، پارک یا زمین ورزشی»، «ماشین‌آلات و وسایل برای کشت و زرع زمین، غیرمذکور در جای دیگر، غلتک برای چمن یا زمین ورزش» و تعرفه‌های مربوط به انواع ژاکت‌ها. در نتیجه، این دسته‌بندی باعث می‌شود تا برخی از اقلامی که لزوماً کاربرد ورزشی ندارند در آمار وجود داشته باشند. بنابراین طبقه‌بندی و جداسازی اقلام غیرورزشی در کدهای تعرفه‌ای فوق به ارائه اطلاعات دقیق‌تر کمک می‌کند. در این گزارش از داده‌های موجود و مطابق با طبقه‌بندی فوق استفاده شده است؛ و آمارهای خام از گمرک جمهوری اسلامی ایران استخراج و سپس توسط پژوهشگر تجزیه و تحلیل و در قالب جداول و اشکال ارائه شده است.

۱-۲-۳. آمار اشتغال و میزان سرمایه‌گذاری در صنایع ورزشی

مطابق گزارش وزارت صمت، در سال ۱۴۰۱، تعداد ۱۱۳ واحد تولیدی در حوزه ورزش فعال و تعداد ۴۸۸۷ نفر در این واحدها شاغل بوده‌اند.

۱. الیاف سنتتیک، شامل الیاف مصنوعی است که از مواد شیمیایی و پلیمری ساخته شده‌اند.

جدول ۵. آمار اشتغال و میزان سرمایه گذاری در صنایع ورزشی سال ۱۴۰۱ براساس پروانه بهره برداری [۱۵]

رشته فعالیت جزئی	تعداد واحد	اشتغال (نفر)	سرمایه گذاری (میلیارد ریال)
انواع توپ ورزشی	۹	۵۶۴	۳۹۷
توپ پلاستیکی تزریقی	۲۳	۳۹۰	۱۰۶۷
انواع تجهیزات ورزشی	۵۴	۱۳۱۰	۲۱۱۰
چمن مصنوعی	۷	۱۷۹۰	۹۲۶
کلاه موتورسیکلت، ایمنی و دوچرخه سواری	۹	۱۵۶	۱۶۵
کفش، دستکش و لباس های تخصصی ورزشی	۱۱	۶۷۷	۱۹۱
مجموع	۱۱۳	۴۸۸۷	۴۸۵۶

براساس گزارش فوق، میزان سرمایه گذاری انجام شده در صنایع ورزشی برابر با ۴۸۵۶ میلیارد ریال و به عبارتی کمتر از نیم همت است. این موضوع بیانگر حجم پایین سرمایه گذاری در صنایع ورزشی است که به ظرفیت پایین تولید داخل و در نتیجه افزایش واردات منجر شده است. در ادامه ضمن ارائه آمار تفصیلی تر، این موضوع بررسی شده است.

۲-۳. میزان تولید داخل لوازم و تجهیزات ورزشی

میزان تولید لوازم و تجهیزات ورزشی در بازه چهار ساله ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۳ در جدول ذیل آمده است:

جدول ۶. میزان تولید لوازم و تجهیزات ورزشی و مجموع ارزش دلاری آن در بازه ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۳ [۱۶]

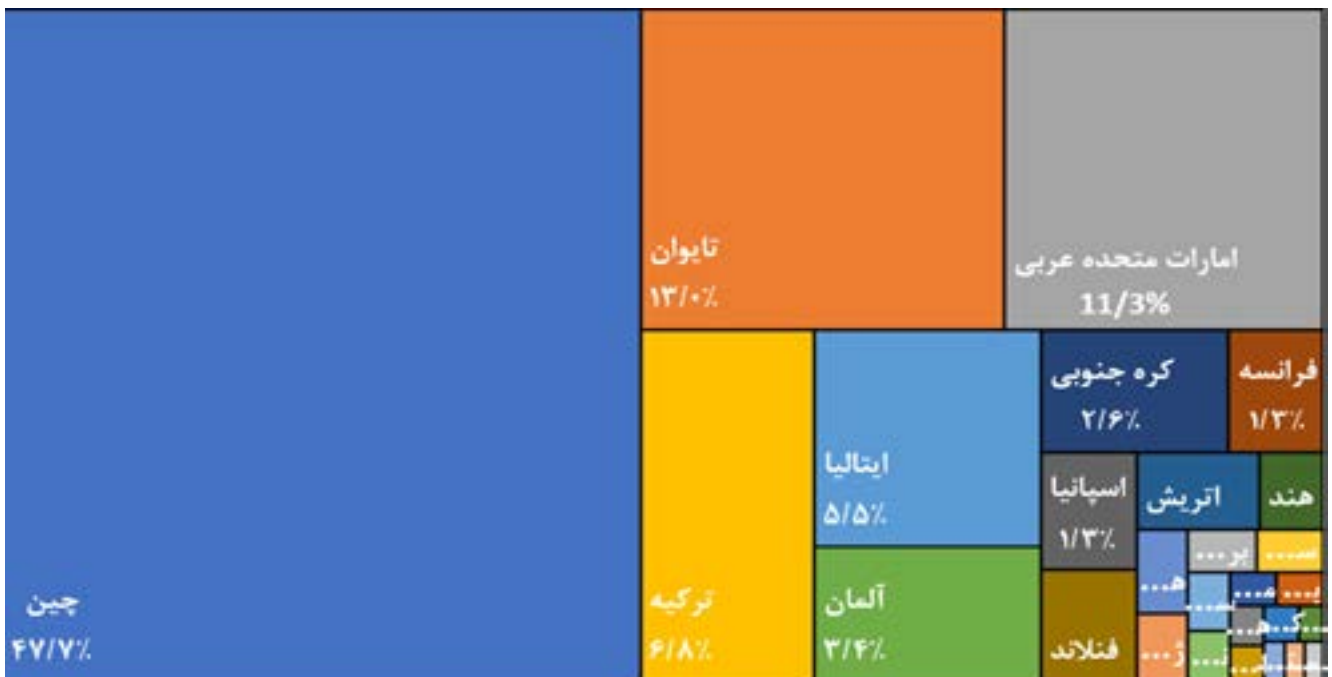
رشته فعالیت تولیدی	۱۴۰۰	۱۴۰۱	۱۴۰۲	۱۴۰۳
توپ های ورزشی (میلیون عدد)	۲/۹	۳/۸	۴/۲	۴/۶
چمن مصنوعی (هزار تن)	۷/۴	۱۰/۴	۵۵	۶۹
سایر تجهیزات ورزشی (هزار عدد)	۱۰۸	۹۵	۱۰۱	۱۱۹
مجموع ارزش دلاری (میلیون دلار)	۲۶/۸	۳۳/۵	۳۶/۴	۳۹/۵

۳-۲-۴. واردات لوازم و تجهیزات ورزشی

روند سهم ارزشی واردات لوازم و تجهیزات ورزشی از کل صادرات کشور (۱۳۷۵ تا پنج ماه نخست ۱۴۰۴) در شکل ۳ نمایش داده شده است. در این شکل، چین با سهم بالای تقریبی ۴۷ درصد از ارزش کل واردات در جایگاه نخست قرار دارد و عملاً تأمین کننده اصلی تجهیزات ورزشی برای بازار ایران محسوب می شود. پس از چین، تایوان (حدود ۱۳ درصد)، امارات متحده عربی (حدود ۱۱ درصد) و سپس ترکیه (نزدیک به ۷ درصد) قرار دارند. این چهار کشور در مجموع بیش از ۷۸ درصد از کل واردات ایران را در اختیار دارند. تحلیل این ترکیب نشان می دهد که بخش عمده تجهیزات وارد شده از چین و تایوان، کالاهای تولیدی مستقیم هستند، در حالی که امارات یک کشور واسطه است و تجهیزات تولیدی سایر کشورها (به ویژه چین) را با مقیاس تجدید صادرات به ایران می رساند. بنابراین ساختار فعلی واردات لوازم ورزشی ایران، سیستم وار وابسته به زنجیره تأمین آسیایی است و نه شبکه تولید داخلی. در میان کشورهای اروپایی؛ ایتالیا، آلمان، اسپانیا، فنلاند و اتریش روی هم سهمی حدود ۱۳ درصد دارند و اغلب شامل تجهیزات تخصصی یا تجهیزات با کیفیت بالا مانند دستگاه تست ورزش، هولتر الکتروکاردیوگراف و تله مانیتورینگ الکتروکاردیوگراف، دستگاه های بدن سازی، دوچرخه حرفه ای و کفش های ورزشی است.

نکته قابل تأمل این است که در واردات وزن کالاها (به تن) نسبت مستقیمی با ارزش دلاری دارد، به جز برای کشورهای پیشرفته که به سبب کیفیت و فناوری محصول، وزن کم و ارزش بالایی دارند. این نسبت ارزش به وزن، گواهی بر شکاف فناوری بین تولید داخلی و خارجی است؛ یعنی آنچه تولید کننده ایرانی عرضه می کند هنوز نمی تواند جایگزینی اقتصادی برای محصولات وارداتی با فناوری بالاتر باشد. این واقعیت در حالی است که حدود ۸۵ درصد از لوازم و تجهیزات وارداتی، اغلب دارای فناوری نه چندان پیشرفته است (مانند انواع لوازم تفریحی، دستگاه های چمن زنی، البسه ورزشی و ...) و در صورت برنامه ریزی صحیح زنجیره تولید، امکان تولید داخل آنها میسر است.

شکل ۳. نمودار روند سهم ارزشی واردات لوازم و تجهیزات ورزشی از کل واردات کشور (از سال ۱۳۷۵ تا پنج ماه نخست ۱۴۰۴)



مأخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران به نشانی وبگاه: <https://www.irica.ir>، محاسبات تحقیق [۱۷].



۵-۲-۳. مقایسه واردات و صادرات لوازم و تجهیزات ورزشی

بررسی روند سالانه واردات و صادرات لوازم و تجهیزات ورزشی از سال ۱۳۷۵ تا ۱۴۰۴ نمایانگر تحولات عمیق در ساختار تجاری این صنعت است. این دوره را می‌توان به سه مرحله اصلی تقسیم کرد: مرحله رشد اولیه، مرحله بلوغ نسبی صادرات، و در نهایت دوره رکود و ناترازی مزمن. در مرحله نخست، یعنی از سال‌های پایانی دهه ۷۰ تا اواسط دهه ۸۰، هر دو شاخص واردات و صادرات مسیر صعودی داشتند؛ واردات از کمتر از سه میلیون دلار در سال ۱۳۷۵ به بیش از ۴۵ میلیون دلار در ۱۳۸۵ رسید و صادرات نیز در همین بازه از حدود چهار میلیون دلار در ابتدای دوره به بیش از ۳۶ میلیون دلار در حوالی سال ۱۳۸۹ افزایش یافت. این رشد هم‌زمان بیانگر گسترش بازار مصرف داخلی، ورود نسبی بخش خصوصی و شکل‌گیری بنگاه‌های کوچک تولیدی در زمینه توپ، پوشاک و کف‌پوش ورزشی بود. به همین دلیل، دهه ۸۰ را می‌توان دوره تحرک بازار و آغاز صنعتی شدن تجهیزات ورزش در ایران دانست.

اما از سال ۱۳۹۱ به بعد، با تشدید محدودیت‌های ارزی، تحریم‌های مالی، افت سرمایه‌گذاری صنعتی و کاهش دسترسی به مواد اولیه و قطعات وارداتی، مسیر صادرات نزولی شد. افت شدید صادرات بیانگر از دست رفتن مزیت نسبی ایران در بازارهای منطقه‌ای و ناپایداری در مدل صادرات مبتنی بر قیمت ارزان بود. در واقع، کالاهای ورزشی ایرانی که عمدتاً بر پایه مواد اولیه ساده و بدون فناوری بالا تولید می‌شوند، در برابر رقابت چین، ترکیه و هند تاب نیاوردند. هم‌زمان با کاهش صادرات، واردات هر چند با نوساناتی روبه‌رو شد، ولی به دلیل تقاضای واقعی بازار داخلی و نبود جایگزین داخلی، در سطح بالا باقی ماند. واردات در پنج‌ماه نخست ۱۴۰۴ حدود ۱۳ میلیون دلار بود که نشان می‌دهد حتی در فضای محدودیت‌های ارزی، وابستگی بازار به محصولات خارجی ساختاری و پایدار است.

میزان واردات در سال ۱۴۰۳ برابر با ۴۹/۷ میلیون دلار و صادرات برابر با ۱۰/۳ میلیون دلار بوده است. این شکاف میان واردات و صادرات، که به نسبت حدود ۵ به ۱ رسیده است، در سطح اقتصاد کلان ورزش پیامدهای قابل توجهی دارد. نخست آنکه، تراز بازرگانی صنعت ورزش به صورت مزمن منفی بوده و اقدامات و برنامه‌های کاهش وابستگی به واردات، موفق نبوده است. دوم آنکه، حتی در دوره‌هایی که تولید داخلی رشد عددی داشته، بیشتر در حوزه اقلام کم‌فناوری (توپ، کف‌پوش، چمن مصنوعی) ظاهر شده و نتوانسته ارزش صادراتی معناداری ایجاد کند. از این رو، اختلاف بین روند وزنی و ارزی تجارت، مؤید آن است که تولید داخلی هنوز فاقد کیفیت، فناوری و قیمت رقابتی لازم برای رقابت با محصولات وارداتی است. در نتیجه، اقتصاد تجهیزات ورزشی ایران با وابستگی ساختاری به واردات، ضعف در زنجیره ارزش، کمبود نوآوری، بالا بودن هزینه‌های تولید و فقدان سیاست‌های تشویقی صادرات روبه‌روست. به همین دلیل، ناترازی مزمن ایجاد شده ناشی از نوسانات کوتاه‌مدت نیست، بلکه از جنس ساختاری است؛ یعنی حتی در دوره‌های رونق نسبی تولید داخلی، این ناترازی جبران نشده است. اگر دولت در سطح کلان، استراتژی توسعه صنعتی خود را در حوزه لوازم و تجهیزات ورزشی مشخص نکند (اولویت‌های تمرکز بر محصولات و بازارهای هدف) و در سطح اجرا، سیاست صنعتی هدفمند در این حوزه را تدوین نکند (حمایت فناورانه، کاهش تعرفه برای واردات ماشین‌آلات صنعتی، و تأسیس صندوق توسعه صادرات محصولات ورزشی) این وضعیت در دهه آینده نیز تکرار خواهد شد و ایران همچنان در بازار منطقه‌ای به‌عنوان مصرف‌کننده کالاهای خارجی و نه تولیدکننده رقابت‌پذیر، باقی خواهد ماند.



جدول فوق تصویری روشن از تحولات این بخش در چهار سال اخیر را ارائه می‌دهد. طبق داده‌ها، ارزش واردات کالاهای ورزشی در سال ۱۴۰۰ برابر با ۲۲ میلیون دلار بوده که به تدریج رشد کرده و در سال ۱۴۰۳ به ۵۰ میلیون دلار رسیده است. این افزایش بیش از دوبرابری بیانگر رشد تقاضا برای کالاهای ورزشی خارجی است. در همین دوره، مجموع ارزش واردات کشور از ۵۲/۹ میلیارد دلار در سال ۱۴۰۰ به حدود ۷۲/۲ میلیارد دلار در سال ۱۴۰۳ افزایش یافته است. در نتیجه، سهم کالاهای ورزشی از کل واردات کشور از ۰/۰۰۰۴ درصد در سال ۱۴۰۰ به ۰/۰۰۰۷ درصد در سال ۱۴۰۳ رسیده است. هر چند این تغییر نشان از رشد نسبی دارد، اما باید توجه داشت که سهم واردات این کالاها همچنان بسیار ناچیز و نزدیک به صفر است و در مقیاس کل تجارت کشور، اهمیتی محدود دارد.

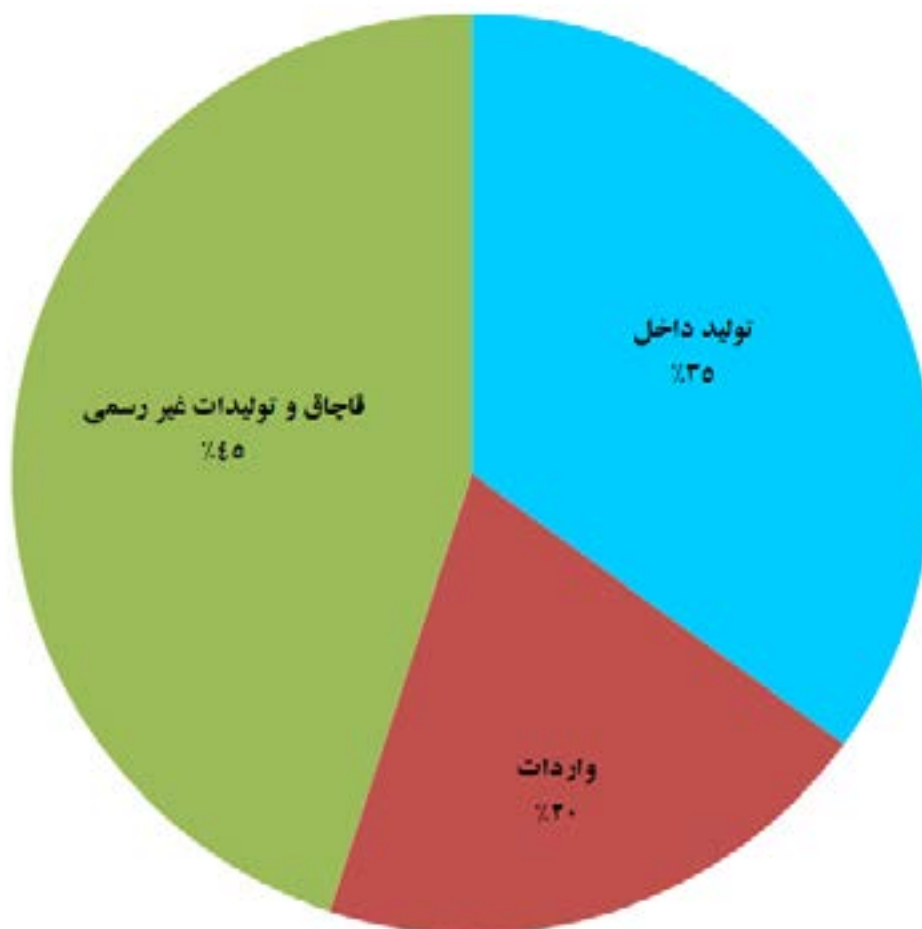
در بخش صادرات وضعیت متفاوتی مشاهده می‌شود. صادرات کالاهای ورزشی از ۱۲ میلیون دلار در سال ۱۴۰۰ به ۱۰ میلیون دلار در سال ۱۴۰۳ رسیده و در سال ۱۴۰۲ تا ۸ میلیون دلار کاهش یافته است. این نوسان بیانگر نبود روند پایدار در صادرات است. در مقایسه، ارزش کل صادرات کشور از ۴۸/۲ میلیارد دلار در سال ۱۴۰۰ به ۵۷/۹ میلیارد دلار در سال ۱۴۰۳ افزایش یافته، اما سهم کالاهای ورزشی از این مقدار در تمام سال‌ها ثابت و حدود ۰/۰۰۰۲ درصد باقی مانده است. این ثبات، همراه با پایین بودن نسبت سهم، نشان می‌دهد که سهم صادرات و واردات کالاهای ورزشی هر دو در سطح بسیار کم و نزدیک به صفر قرار دارند و در ساختار کلی تجارت خارجی ایران هنوز تأثیر قابل ملاحظه‌ای ندارند. در سطح جهانی، مقایسه داده‌های ایران با اتحادیه اروپا نشان‌دهنده اختلاف بسیار زیاد در جایگاه تجاری است. اتحادیه اروپا در سال ۲۰۲۳ نزدیک به ۶/۱ میلیارد یورو واردات و ۷/۷ میلیارد یورو صادرات در حوزه لوازم ورزشی داشته که هر یک حدود ۰/۴ و ۰/۳ درصد از کل تجارت آن را شامل می‌شود. وضعیت مطلوب کشورهای اروپایی در این زمینه نسبت به ایران، ریشه در قدرت صنعتی، ظرفیت برندهای تولیدکننده، و ساختارهای اقتصادی پیشرفته دارد. کشورهای اروپایی دارای صنایع رقابتی، زنجیره تأمین منسجم و بازارهای صادراتی گسترده‌اند، در حالی که در ایران عمده محصولات ورزشی مصرف شده یا قاچاق‌اند یا از برندهای خارجی خریداری می‌شوند. این اختلاف ساختاری نشان می‌دهد که ایران برای ارتقای جایگاه خود در تجارت کالاهای ورزشی نیازمند توسعه تولید داخلی، ارتقای فناوری، و ایجاد برندهای تجاری معتبر است؛ تا بتواند از وابستگی به واردات بکاهد و سهم خود را در بازارهای منطقه‌ای و جهانی افزایش دهد. به‌عنوان یک تجربه صنعتی، همواره ویژگی‌های موفق در ابتدا بر بازارهای داخلی تکیه کرده و با افزایش تولید و حاشیه سود، به بهبود کیفیت و تنوع محصولات پرداخته‌اند و در گام بعد وارد بازارهای صادراتی شده‌اند. در نتیجه با تعیین استراتژی صنعتی، باید همین مسیر برای تجاری‌سازی محصولات ورزشی و در نهایت صادرات آنها در پیش گرفته شود.

به‌طور کلی می‌توان گفت که اقتصاد ورزش ایران در حوزه تجارت خارجی عمدتاً واردات‌محور است و سهم صادرات بسیار اندک و بدون روند رشد مشخص باقی مانده است. افزایش واردات در این سال‌ها احتمالاً ناشی از رشد بازار مصرف داخلی و جذابیت برندهای خارجی است، در حالی که ضعف صادرات نتیجه کمبود ظرفیت صنعتی و بازاریابی بین‌المللی محسوب می‌شود. بنابراین، توسعه صنعتی و حمایت مادی و فنی از تولیدکنندگان داخلی می‌تواند زمینه‌ساز رشد پایدار و متوازن تجارت کالاهای ورزشی ایران در سال‌های آینده باشد.

۷-۲-۳. مقایسه سهم تولید داخل، قاچاق و واردات لوازم و تجهیزات ورزشی در کشور

طبق برآوردی که در سال ۱۴۰۱ توسط وزارت صمت انجام گرفته، بالاترین سهم از لوازم و تجهیزات ورزشی مصرف شده در کشور، مربوط به لوازم و تجهیزات قاچاق و تولید تقلبی و زیرپله‌ای است. این آمار در حالی است که تولید رسمی ۳۵ درصد و واردات رسمی ۲۰ درصد را به خود اختصاص داده است [۱۵]. برآورد فوق نشان می‌دهد، تنها ۵۵ درصد از لوازم و تجهیزات ورزشی در بازار ایران دارای هویت مشخص و آمار دقیق تولید و با واردات است. آمار قاچاق و تولیدات غیررسمی براساس برآورد و تخمین وزارت صمت است و به دلیل نامشخص بودن ارزش، نوع و تعداد تجهیزات و لوازم، داده‌های دقیقی در این باره وجود ندارد. ضمن اینکه میزان و نسبت دقیق کالاهای قاچاق و تولیدات غیررسمی یا زیرپله‌ای نامشخص است.

شکل ۵. مقایسه سهم تولید داخل، قاچاق و واردات لوازم و تجهیزات ورزشی در کشور [۱۵]



باتوجه به داده‌های جدول ۶ و شکل ۴ باید تأکید کرد که میزان تولید داخل در سال ۱۴۰۰ برابر با ۲۶/۸ میلیون دلار و میزان واردات برابر با ۲۲ میلیون دلار بوده است (نسبت تولید به واردات برابر با ۱/۲۲). در حالی که در پایان سال ۱۴۰۳ میزان تولید برابر با ۳۹/۴۵ میلیون دلار و میزان واردات برابر با ۴۹/۷ میلیون دلار بوده است (نسبت تولید به واردات برابر با ۰/۷۹). این داده‌ها نشان می‌دهد در سال ۱۴۰۰ میزان تولید داخلی بیشتر از واردات بوده است؛ در حالی که پس از گذشت چهار سال در پایان سال ۱۴۰۳ میزان واردات از تولید داخلی پیشی گرفته است. این امر نشان می‌دهد که تولیدکنندگان داخلی برخلاف افزایش دلاری و حتی کمیت در محصولات، بخش مهمی از سهم بازار داخلی را از دست داده‌اند.



۴. تحلیل موانع توسعه اقتصاد لوازم و تجهیزات ورزشی در ایران^۱

۴-۱. زنجیره ارزش ناکارآمد، غیر تخصصی و ناهماهنگ در صنعت لوازم و تجهیزات ورزشی کشور

زنجیره ارزش صنعت لوازم و تجهیزات ورزشی و توجه به ابعاد مختلف آن به افزایش مزایای رقابتی، بهبود جایگاه این صنعت و در نهایت سودآوری بیشتر منجر می‌شود. در راستای رسیدن به این هدف، موارد زیر از جمله موانع و ضعف‌هاست:

ناهماهنگی بین ارکان اقتصادی لوازم و تجهیزات ورزشی در کشور: موفقیت اقتصاد لوازم و تجهیزات ورزشی در کشور، تنها با اتکا بر تولیدکنندگان، صادرکنندگان و یا واردکنندگان محقق نمی‌شود و نیازمند توجه به کل زیست‌بوم اقتصاد لوازم و تجهیزات ورزشی است. ارکان مهمی از جمله وزارت صمت، وزارت ورزش و جوانان، اتحادیه‌های صنف تولیدکنندگان و فروشندگان لوازم ورزشی و سازمان ملی استاندارد در این زمینه، نقش محوری را ایفا می‌کنند. در حال حاضر هریک از این نهادها، به شکل جزیره‌ای فعالیت‌های اقتصادی مربوط به لوازم و تجهیزات ورزشی را پیگیری و اجرا می‌کنند و از هماهنگی و هم‌افزایی لازم برخوردار نیستند.

فناوری پایین در فرایندها و تجهیزات تولید: عدم برخورداری از تجهیزات و دستگاه‌های تولیدی با فناوری بالا باعث ایجاد محدودیت در اقسام ورزشی و تمرکز بر تولید محصولات ساده و ارزان قیمت و کم تنوع شده است.

به صرفه نبودن تولید در مقابل واردات: فرایند تولید لوازم و تجهیزات ورزشی همواره با مشکلات مختلفی از جمله افزایش بی‌رویه قیمت مواد اولیه، قطعی برق، تأمین نیروی انسانی و زمان بر بودن فرایند بازارسازی و فروش همراه است. در صورتی که واردات، با سرعت و هزینه‌ها و فرایندهای کمتری صورت می‌گیرد و در نتیجه حتی تولیدکنندگان داخلی در کنار تولید داخل، به واردات لوازم و تجهیزات ورزشی اقدام می‌کنند. بنابراین، فقط در صورت رفع موانع فوق، تولیدکننده می‌تواند انگیزه لازم را برای استمرار فعالیت تولیدی داشته باشد.

نبود بانک جامع عرضه کنندگان مواد اولیه ورزشی: یکی از مشکلات کشور، نبود اطلاعات به‌روز و جامع از عرضه کنندگان مواد اولیه و قطعات مورد نیاز در تولید لوازم و تجهیزات ورزشی است. به عبارت دیگر، تولیدکنندگان در یافتن عرضه کنندگان مواد اولیه و تأمین به‌روز و نظام‌مند آن با مشکلاتی روبه‌رو هستند و گاهی برای یافتن قطعات و مواد اولیه باید مدت زمان زیادی صرف کنند.

نبود طرح هدایت سرمایه‌گذاران ورزشی: در حال حاضر، بسیاری از علاقه‌مندان به سرمایه‌گذاری در تولید لوازم و تجهیزات ورزشی، بر اساس درک کلی خود از بازار و یا به سفارش اطرافیان به راه‌اندازی کسب‌وکارهای ورزشی روی می‌آورند. در بسیاری از موارد در میانه راه، کسب‌وکار مورد نظر را در تعارض با برداشته‌های قبلی از لحاظ سودآوری، سرمایه‌بری و حتی علاقه‌مندی می‌بینند و در نهایت انگیزه ادامه کسب‌وکار را از دست داده و به تعطیلی آن منجر می‌شود. در نتیجه، بودن یک واحد در وزارت صمت برای هدایت سرمایه‌گذاران ورزشی و ارائه مشاوره به آنها در اثربخشی سرمایه‌گذاری، نقش مؤثری دارد. قبل از این اقدام، فراهم‌سازی اطلاعات دقیق از میزان نیاز داخل به اقسام مختلف ورزشی و داشتن شناخت جامع از بازار و مصرف‌کنندگان و تدوین یک طرح آمایش سرزمینی بر اساس مناطق مختلف کشور، ظرفیت‌ها و خلأهای موجود، باید مهیا شود تا بر اساس آن سرمایه‌گذاران هدایت شوند.

عدم طبقه‌بندی مستقل و مشخص برای لوازم و تجهیزات ورزشی: دسته‌بندی کالاها و تجهیزات در کشور، توسط وزارت صمت صورت می‌گیرد، اما دسته‌بندی مشخص و مستقلی برای لوازم و تجهیزات ورزشی وجود ندارد. در بسیاری از موارد، لوازم و تجهیزات در سایر دسته‌بندی‌ها قرار می‌گیرد. برای مثال ژاکت ورزشی در دسته «ژاکت و ژاکت ورزشی از سایر الیاف سنتتیک کشف یا قلاب‌باف زنانه یا دخترانه» قرار می‌گیرد که قابل تفکیک نیست و یا دستگاه چمن‌زنی ورزشی در دسته «ماشین‌آلات و مسائل آماده کردن یا کشت و زرع زمین،

۱. چالش‌های این بخش بر اساس جلسات کارشناسی با فعالان تولیدی لوازم و تجهیزات ورزشی بخش خصوصی گردآوری و تهیه شده است.

غیرمذکور در جای دیگر، غلتک برای چمن یا زمین ورزشی قرار دارد. این موضوع، تهیه آمار تولید، صادرات و واردات ورزشی را با ابهام روبه‌رو کرده است. در نتیجه، نیاز است دسته‌بندی مستقلی در زمینه محصولات ورزشی از سوی وزارت صمت صورت گیرد و آمار دقیق آن هر ساله در اختیار سایر سیاستگذاران، متولیان و سرمایه‌گذاران قرار گیرد.

۲-۴. قاچاق لوازم و تجهیزات ورزشی

بخش مهمی از لوازم و تجهیزات ورزشی به شکل غیررسمی و قاچاق وارد کشور می‌شود. این حجم بالا موجب آسیب تولیدکنندگان داخلی و از بین رفتن تعادل بین عرضه و تقاضا و کاهش توان رقابت‌پذیری تولیدکنندگان داخلی و کاهش اشتغال‌زایی و همچنین باعث کاهش درآمدهای دولت از محل تعرفه و مالیات می‌شود. میزان کشفیات قاچاق لوازم و تجهیزات ورزشی در سال ۱۴۰۱ برابر با ۰/۴۴ میلیون دلار و در سال ۱۴۰۲ برابر با ۰/۵۴ میلیون دلار بوده است [۱۶]؛ که در مقایسه با میزان قاچاق، عدد ناچیزی محسوب می‌شود. در نتیجه کنترل و مقابله با قاچاق لوازم و تجهیزات ورزشی نقش تعیین‌کننده‌ای در رونق تولید داخل دارد. در این راستا، ستاد مقابله با قاچاق کالا و ارز به‌عنوان نهاد متولی باید نظارت مستمر بر عرضه‌کنندگان لوازم و تجهیزات ورزشی غیرمجاز و قاچاق داشته باشد.

۳-۴. رواج تولید زیرپله‌ای

بخشی از تولیدکنندگان لوازم و به‌خصوص پوشاک ورزشی به صورت زیرپله‌ای فعالیت می‌کنند و در آمار رسمی تولیدکنندگان قرار ندارند. عمده‌ترین دلیل این شکل از فعالیت، فرار از پرداخت مالیات و سازوکارهای نظارتی است. این لوازم و تجهیزات به‌علت تولید، بسته‌بندی، انبارداری و حمل‌ونقل غیراصولی، عمدتاً از کیفیت و استاندارد لازم برخوردار نیستند اما به‌دلیل فراوانی بالای این تولیدات، عرضه کالاهای بی‌کیفیت یا تقلبی در بازار قابل توجه است [۱۵]. معمولاً، این تولیدی‌ها در سطح کسب و کارهای کوچک بوده و به‌دلیل غیررسمی بودن، به‌اجبار محصولات خود را با تخفیف‌های بالا عرضه می‌کنند. در هر صورت این تولیدی‌ها بخشی از کسب و کارها و اقتصاد لوازم و تجهیزات ورزشی کشور را تشکیل می‌دهند و ساماندهی و رفع موانع تولید در آنها می‌تواند در رسمی‌سازی و بهبود کیفیت کالاها و در نهایت به توسعه اقتصاد ورزش کمک شایانی کند.

۴-۴. عدم عمق بازار داخلی برای بازارسازی

تولید لوازم و تجهیزات ورزشی در صورتی می‌تواند پایدار و از کیفیت لازم برخوردار باشد که تولیدکننده از اندازه بازار قابل توجهی برخوردار باشد. یکی از دلایل رواج تولیدات ورزشی چین در ایران، بازار داخلی بسیار بزرگ این کشور است. چراکه در ابتدا محصولات ساخت این کشور در بازار چین به تولید انبوه می‌رسد و فروش زیاد این اجازه را به تولیدکننده می‌دهد تا قیمت تمام شده، کیفیت، تنوع و ظاهر و بسته‌بندی محصول را بهبود بخشد. در نتیجه این محصولات در بازار دیگر کشورها با قیمت‌های پایین‌تر از نمونه ساخت داخل کشور عرضه می‌شود و مصرف‌کنندگان به‌سمت خرید این لوازم و تجهیزات پیش می‌روند. همان‌گونه که در بخش توصیف وضع موجود بیان شد، ارزش صادرات لوازم و تجهیزات ورزشی در سال‌های اخیر، روند نزولی را تجربه کرده است. علاوه بر افزایش قیمت مواد اولیه که موجب افزایش قیمت تمام شده می‌شود، عدم حمایت کافی از سوی دولت برای بازارسازی در خارج از کشور نیز از جمله دلایل کاهش صادرات است.

۵-۴. رویه نامناسب اخذ استاندارد محصولات ورزشی و بوروکراسی آن

برخلاف واردات بی‌رویه و قاچاق محصولات ورزشی و همچنین تولیدات زیرپله‌ای، لوازم و تجهیزات ورزشی متعددی به صورت رسمی و برخی برای اولین بار در داخل کشور تولید می‌شود. تجاری‌سازی این تولیدات نیازمند اخذ استاندارد محصول از سازمان ملی استاندارد است. به گفته



تولیدکنندگان لوازم و تجهیزات ورزشی و اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان لوازم ورزشی تهران،^۱ رویه‌های اخذ استاندارد و مدت زمان آن از جمله موانع است. به طوری که در حال حاضر، فرایند بررسی استاندارد محصول از طریق ارجاع ابزار، لوازم و تولیدات متقاضیان به یکی از تولیدکنندگان داخلی صورت می‌گیرد. این موضوع، با تعارض منافع (به دلیل ارجاع بررسی استاندارد به تولیدکنندگان که ممکن است خود رقیب متقاضی باشد) از یک سو و بررسی غیراصولی از سوی دیگر همراه است. بنابراین استقرار یک آزمایشگاه تخصصی برای بررسی استاندارد لوازم و تجهیزات ورزشی و به کارگیری کارشناسان خبره در این حوزه و رفع موانع و بوروکراسی موجود امری اجتناب‌ناپذیر برای توسعه استاندارد محصولات ورزشی و چابک‌سازی فرایند آن خواهد بود.

۴-۶. تلاش برای خرید از یک تأمین‌کننده خاص و ایجاد فضای غیررقابتی

با وجود استقرار سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) و لزوم تأمین لوازم و تجهیزات مورد نیاز از طریق این سامانه، همچنان سازمان‌ها و برخی از فدراسیون‌ها به روش‌های مختلفی سعی در خرید کالاها از یک تولیدکننده یا واردکننده خاص دارند. به طوری که مشخصات کالا به شکلی تعیین می‌شود که تعداد تأمین‌کنندگان به حداقل رسیده و یا به تأمین‌کننده مدنظر ختم شود. علاوه بر این، در برخی موارد، شواهدی مربوط به واردات محصولات خارجی و تغییر نام تجاری آن به تولیدکننده داخلی و خرید آن محصول از طریق سامانه وجود دارد. موارد فوق، مصادیقی از دور زدن سامانه ستاد را نشان می‌دهد. بنابراین، نظارت دقیق بر سفارش‌های نهادها و بررسی محصول پس از تأمین، در شفاف‌سازی و ایجاد فضای رقابتی برای تولیدکنندگان و واردکنندگان نقش مؤثری دارد.^۲

۴-۷. نبود مشوق‌ها و یارانه‌های معطوف به تولیدکنندگان

وفور کالاهای تولید خارج از کشور با قیمت و کیفیت مطلوب در بازار از یک سو و هزینه‌های بالای تولید در داخل از سوی دیگر، باعث شده تا تولیدکنندگان داخلی بدون حمایت‌های دولت، توان رقابت با محصولات وارداتی را نداشته باشند. در نتیجه، افزایش تولید و مصرف کالاهای تولید داخل و بهبود رقابت‌پذیری نیازمند ارائه مشوق‌های مختلفی است. ارائه وام‌های کم‌بهره و یا یارانه‌های تولید به کسب و کارهای ورزشی در رونق تولید آنها نقش مؤثری دارد. علاوه بر این، درآمدهای حاصل از برقراری تعرفه بر واردات محصولات ورزشی و جرائم مربوط به کشفیات کالاهای قاچاق، می‌تواند با تمرکز بر یک ردیف درآمدی خاص، در حمایت از تولیدکنندگان ورزشی هزینه شود.

۴-۸. ضعف در ساز و کارهای نظارتی

عدم نظارت کافی بر فرایند تولید و فروش لوازم و تجهیزات ورزشی موجب ازدیاد محصولات ورزشی غیراستاندارد در کشور شده است؛ و این به نوبه خود بر نارضایتی مصرف‌کنندگان و گرایش آنها به خرید محصولات خارجی نقش مؤثری دارد. بنابراین، از یک سو تعیین استانداردهای مربوط به هریک از لوازم و تجهیزات ورزشی و از سوی دیگر، نظارت بر اعمال و اجرایی‌سازی این استانداردها توسط تولیدکنندگان از جمله امری است که باید توسط وزارت صمت و اتحادیه‌های مربوطه به طور جدی پیگیری شود. نکته قابل توجه این است که فقط در شهر تهران، اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان لوازم ورزشی وجود دارد و خلأ یک اتحادیه کشوری برای نظارت نظام‌مند لوازم و تجهیزات ورزشی در سراسر کشور احساس می‌شود.

۱. این یافته‌ها بر مبنای انجام مصاحبه با تولیدکنندگان ورزشی و همچنین اعضای صنف تولیدکنندگان و فروشندگان لوازم ورزشی تهران به دست آمده است.
۲. این یافته‌ها بر مبنای انجام مصاحبه با تولیدکنندگان ورزشی است.

۹-۴. لزوم کاهش آثار منفی تورم در راستای افزایش تقاضای لوازم و تجهیزات ورزشی

افزایش تورم باعث کاهش سهم ورزش از سبد هزینه‌های خانوار می‌شود و این موضوع، به تأثیر منفی در تقاضا برای خرید و مصرف لوازم و تجهیزات ورزشی منجر می‌شود. بنابراین، در سطح کلان، توسعه اقتصاد لوازم و تجهیزات ورزشی در کشور در گروی کنترل تورم و یا خنثی‌سازی آثار آن در مشارکت مردم در ورزش و اقتصاد لوازم و تجهیزات ورزشی است.

۱۰-۴. کم شدن تقاضا به دلیل کاهش میزبانی رویدادهای ورزشی

کاهش میزبانی رویدادهای ورزشی داخلی و خارجی در کشور و ضعف در حرفه‌ای‌سازی لیگ‌ها، موجب کم شدن تقاضا برای خرید و مصرف لوازم و تجهیزات ورزشی شده است. عمده‌ترین دلایل این موضوع را می‌توان در ناکافی بودن اعتبارات حوزه ورزش، ضعف در دیپلماسی ورزشی و نبود درآمدهای پایدار از جمله درآمد حق پخش تلویزیونی برای رشته‌های مختلف ورزشی دانست. در طول چند سال گذشته، در کشور هند به دلیل افزایش محبوبیت ورزش و افزایش تعداد لیگ‌های مرتبط، پیشرفت‌های چشمگیری در تجهیزات ورزشی حاصل شده است. علاوه بر این، به دلیل میزبانی رویدادهای ورزشی در کشورهای خاورمیانه از جمله قطر و عربستان و سرمایه‌گذاری‌های صورت گرفته در این کشورها، باعث جذب گردشگران و تیم‌های بیشتری به این کشورها شده است. در آینده پیش‌بینی می‌شود این روند رو به رشد تداوم داشته باشد و مصرف تجهیزات ورزشی در خاورمیانه افزایش یابد [۱۷].

۵. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

یافته‌های حاصل از این مطالعه نشان می‌دهد میزان واردات لوازم و تجهیزات ورزشی در سال‌های اخیر سیر صعودی داشته و در مقابل میزان صادرات با کاهش همراه بوده است. در مقایسه بین ارزش واردات و صادرات وجود ناترازی بسیار مشهود است؛ به طوری که در سال ۱۴۰۳ ارزش واردات پنج برابر بیشتر از صادرات بوده است. همچنین، سهم صادرات لوازم و تجهیزات ورزشی در کل صادرات کشور بسیار ناچیز است. برخلاف افزایش واردات، میزان تولید لوازم و تجهیزات ورزشی در کشور در سال‌های اخیر صعودی بوده است. در تولید دستگاه‌ها و تجهیزات بدن‌سازی، انواع توپ‌ها، تاتامی‌ها و کف‌پوش‌های ورزشی، چمن مصنوعی و پوشاک ورزشی رشد قابل توجهی ایجاد شده است. باید تأکید کرد، تولیدات داخلی عمدتاً شامل لوازم و تجهیزاتی هستند که در فرایند تولید به فناوری و تجهیزات پیشرفته کمتری نیاز دارند و یا قطعات الکترونیکی و فناوری محور کمتری در آنها به کار رفته است. در راستای توسعه تولید و صادرات لوازم و تجهیزات ورزشی با اتخاذ یک استراتژی توسعه صنعتی و با تقویت و هماهنگ‌سازی زنجیره ارزش، مسیر رشد و تجاری‌سازی صنعت لوازم و تجهیزات ورزشی هموار می‌شود. در کنار موارد فوق، سیاست‌های حمایتی از تولیدکنندگان و صادرکنندگان می‌تواند رشد تولید و صادرات را شتاب بخشد. در راستای توسعه اقتصاد لوازم و تجهیزات ورزشی کشور پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

الف) تمرکز بر تقویت، تخصصی‌سازی و هماهنگ‌سازی زنجیره ارزش صنعت لوازم و تجهیزات ورزشی کشور از طریق:

سیاست‌گذاری یکپارچه و تقسیم کار ملی: تشکیل کارگروه ملی و تخصصی لوازم و تجهیزات ورزشی در وزارت صمت با نگاه حکمرانی، سیاست‌گذاری و تقسیم کار بین نهادهای متولی سیاستگذار و توسعه لوازم و تجهیزات ورزشی در کشور. لیست اقلام و لوازم ورزشی، میزان تقاضای آن، نوع کیفیت و استاندارد می‌تواند از سوی این وزارت (با همکاری فدراسیون‌های ورزشی) تعیین و به وزارت صمت اعلام شود. این وزارت براساس این آمار، وضعیت عرضه و تقاضای مواد اولیه و واردات و صادرات محصولات را مدیریت کند. همچنین، اتحادیه‌ها براساس عرضه



و تقاضای اعلامی از سوی وزارت صمت، به صدور مجوز و ساماندهی و نظارت بر واحدهای صنفی اقدام می‌کنند. اجرایی‌سازی این فرایندها در گروهی هماهنگی و تقسیم کار مشخص بین نهادهای سیاستگذار و مجری است.

تدوین استراتژی توسعه صنعتی لوازم و تجهیزات ورزشی از سوی وزارت صمت با همکاری وزارت ورزش و جوانان با تأکید بر تعیین اولویت‌های تولید محصولات و بازارهای هدف با محوریت تأمین حداکثری نیاز بازار داخل.

ساماندهی، نظارت و هدایت تولیدکنندگان داخلی: پیشنهاد می‌شود برای ساماندهی، نظارت و هدایت تولیدکنندگان داخلی از سوی وزارت صمت و سایر دستگاه‌های متولی، اقدامات زیر انجام شود:

- تأسیس اتحادیه کشوری صنف تولیدکنندگان و فروشندگان لوازم ورزشی.
- تأسیس شهرک صنعتی لوازم و تجهیزات ورزشی.
- تهیه بانک جامع و به‌روز عرضه‌کنندگان مواد اولیه و قطعات موردنیاز در تولید لوازم و تجهیزات ورزشی و عرضه آن به تولیدکنندگان سرمایه‌گذاران.
- تهیه دسته‌بندی مستقل محصولات ورزشی از سوی وزارت صمت و ارائه آمار دقیق آن به سیاستگذاران، متولیان و سرمایه‌گذاران.
- نظارت دقیق بر تولیدکنندگان ورزشی و جلوگیری از تولید زیرپله‌ای برای رعایت استانداردهای تولید و مالکیت فکری از سوی وزارت صمت و اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان لوازم ورزشی.
- استقرار واحد مشاوره سرمایه‌گذاری در لوازم و تجهیزات ورزشی در وزارت صمت در راستای هدایت سرمایه‌گذاران ورزشی.

ایجاد شرکت‌های تخصصی: ایجاد شرکت‌های تأمین‌کننده، بازار یاب، توزیع‌کننده، تقویت برند، نمایندگی‌های عرضه و خدمات پس از فروش، تولید تحت لیسانس و... در حوزه لوازم و تجهیزات ورزشی در راستای تخصصی‌سازی و بهبود هر یک از اجزای زنجیره تأمین و در نهایت ارائه محصولات رقابتی، با کیفیت و مطلوب مشتری، نقش مؤثری خواهد داشت.

ارتقای فناوری تولید و دیجیتال‌سازی زنجیره ارزش: سیاست صنعتی ویژه‌ای باید در حوزه تجهیزات ورزشی تدوین شود تا بنگاه‌های داخلی از مرحله مونتاژ و تولید اقلام کم‌فناوری به سمت ساخت و تولید محصولات با فناوری متوسط و بالا حرکت کنند. این هدف را می‌توان با ایجاد خوشه‌های صنعتی ورزشی، حمایت از تحقیق و توسعه در طراحی و مهندسی محصولات، ورود فناوری‌های نو (به‌ویژه چاپ سه‌بعدی، طراحی محصول با نرم‌افزارهای پیشرفته و کنترل کیفیت هوشمند) و تسهیل واردات ماشین‌آلات و قطعات صنعتی تحقق بخشید.

بازنگری در تعرفه‌ها و سیاست‌های حمایتی: از یک سو میزان واردات لوازم و تجهیزات ورزشی پنج برابر صادرات آن است و از سوی دیگر حدود ۷۸ درصد واردات فعلی از چین، تایوان و امارات صورت می‌گیرد. برای کاهش حجم واردات و کاهش تمرکز بر این کشورها، پیشنهاد می‌شود سیاست واردات فناوری، جایگزین واردات محصول نهایی شود؛ یعنی تعرفه واردات ماشین‌آلات، مواد اولیه و قطعات تخصصی کاهش یابد، ولی تعرفه محصولات آماده مصرف افزایش پیدا کند تا رقابت منفی علیه تولیدکننده ملی کاهش یافته و انگیزه تولید داخلی بالا رود.

ایجاد نظام استاندارد با هدف تجاری‌سازی لوازم و تجهیزات ورزشی: برای رقابت‌پذیری صادرات، لازم است محصولات ایرانی در ابتدا از لحاظ کیفیت، طراحی و بسته‌بندی به استانداردهای بین‌المللی نزدیک شوند. در این راستا، باید آزمایشگاه مستقل و تخصصی برای بررسی استاندارد لوازم و تجهیزات ورزشی در سطح استانداردهای بین‌المللی در سازمان ملی استاندارد ایجاد شود.

تبلیغ و ترویج استفاده از لوازم و تجهیزات ورزشی ساخت داخل: توسعه بازار و افزایش میزان فروش محصولات، از بازار داخلی آغاز می‌شود. ترویج و تبلیغ استفاده از لوازم و تجهیزات ورزشی ساخت داخل از طریق سازمان صدا و سیما (به‌خصوص در جریان پخش زنده مسابقات ورزشی)، شهرداری‌ها، وزارت ورزش و جوانان و صحنه‌گذاری آنها توسط قهرمانان، ورزشکاران و سایر نخبگان، نقش مؤثری دارد.

ب) حمایت از تولید محصولات دارای مزیت رقابتی برای پوشش نیازهای داخلی

تولید دستگاه‌ها و تجهیزات بدن سازی، انواع توپ‌ها، تانامی‌ها و کف پوش‌های ورزشی، چمن مصنوعی، پوشاک ورزشی و سایر اقلامی از این دست به دلیل دسترسی آسان و نسبتاً ارزان به مواد اولیه و عدم نیاز به سطح بالای فناوری در کشور قابل افزایش است. بنابراین حمایت از تولیدکنندگان این حوزه می‌تواند تمامی نیازهای کشور را پوشش دهد؛ در نتیجه هر گونه واردات این نوع کالاها باید ممنوع شود.

ج) حمایت از صادرات و تنوع بخشی به بازارهای صادراتی

بیش از نیمی از صادرات فعلی فقط به دو کشور عراق و افغانستان وابسته است که دارای بازارهای مصرف محدود بوده و عمدتاً متقاضی کالای ارزان هستند. لازم است دولت و اتاق بازرگانی برنامه هدفمند گشایش بازارهای جدید در کشورهای حوزه قفقاز، آسیای مرکزی و حتی شرق اروپا را دنبال کند. این امر از طریق امضای توافقات تعرفه ترجیحی و برگزاری نمایشگاه‌های مشترک ورزش و تندرستی در خارج از کشور امکان پذیر است.

پیشنهاد می‌شود صندوق توسعه صادرات محصولات ورزشی با مشارکت وزارت صمت، وزارت ورزش و بانک توسعه صادرات ایجاد شود تا تولیدکنندگان بتوانند برای بازاریابی، گواهی استاندارد بین‌المللی و شرکت در نمایشگاه‌های خارجی تسهیلات دریافت کنند. این سیاست می‌تواند به افزایش نفوذ برندهای ایرانی در بازارهای عراق، افغانستان و آسیای مرکزی منجر شود.

پیشنهاد می‌شود معافیت‌های مالیاتی برای صادرکنندگان کالاهای ورزشی با گواهی استاندارد بین‌المللی وضع شود تا انگیزه ورود به بازار جهانی افزایش یابد.

پیشنهاد می‌شود درآمدهای حاصل از برقراری تعرفه بر واردات محصولات ورزشی و جرائم مربوط به کشفیات کالاهای قاچاق، با تمرکز بر یک ردیف درآمدی خاص، در حمایت از تولیدکنندگان ورزشی هزینه شود.

د) نظارت و تأکید بر اجرای قوانین حمایتی

نظارت بر حسن اجرای قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز (مصوب ۱۳۹۲/۱۰/۰۳ با اصلاحات و الحاقات بعدی) با تأکید بر لوازم و تجهیزات ورزشی و ارائه گزارش آن از سوی ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز به کمیسیون اقتصادی، کمیته ورزش و کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی.

نظارت مجلس شورای اسلامی بر اجرای قانون جهش تولید دانش بنیان (مصوب ۱۳۹۲/۱۰/۰۳ مجلس شورای اسلامی) در حوزه ورزش با نگاه تولید لوازم و تجهیزات ورزشی و ایجاد مراکز نوآوری ورزشی با همکاری دانشگاه‌ها.

نظارت مجلس شورای اسلامی بر اجرای سیاست‌های تشویقی برای افزایش مشارکت مردم در فعالیت‌های ورزشی (موضوع آیین‌نامه اجرایی بند «ج» ماده (۷۳) برنامه هفتم پیشرفت کشور، مبنی بر ارائه مشوق مانند تخفیف‌های بیمه‌ای به افراد دارای فعالیت ورزشی) و ایجاد زمینه برای حرفه‌ای سازی ورزش (موضوع بند «الف» ماده (۷۸) برنامه هفتم پیشرفت کشور، مبنی بر اعطای حق پخش تلویزیونی مسابقات ورزشی). تحقق این دو حکم قانونی، به شکل غیرمستقیم باعث افزایش رونق اقتصاد لوازم و تجهیزات ورزشی می‌شود.

نظارت مجلس شورای اسلامی بر اجرای جزء «د» بند «الف» ماده (۴) قانون اهداف و وظایف و اختیارات وزارت ورزش و جوانان مبنی بر «جذب، ساماندهی و تسهیل مشارکت، تشویق و حمایت از سرمایه گذاری داخلی و خارجی به منظور توسعه ورزش کشور».



- [1] Emergen Research (2025). Exploring Sport Equipment Market Trends and Insights, https://www.emergenresearch.com/blog/navigating-the-sport-equipment-market-trends-and-insights?srsltid=Afmbooqld63dvcg-Riruvo-7pg5rl4_N_Z9d77k9ywlqlzstvog5mjxq
- [2] Straits research (2025). Sports Equipment Market Size, Share & Trends Analysis Report By Sports Type (Ball Sports, Adventure Sports, Fitness/Strength, Ball over net games, Athletic Training), By Distribution Channel (Store-based Retail, Online Retail, Department & discount stores), By End-User (Commercial, Household) and By Region (North America, Europe, APAC, Middle East and Africa, LATAM) Forecasts, 2025-2033. <https://straitsresearch.com/report/sports-equipment-market>
- [3] Porter, M. E. (1985). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York: Free Press.
- [۴] شفيعی نيکابادی، محسن (۱۴۰۴). مدلی برای شایستگی‌های کلیدی مدیران زنجیره ارزش و زنجیره تأمین، مدیریت زنجیره ارزش راهبردی، ۲۵-۴۰، (۱) ۲.
- [۵] قانون اهداف، وظایف و اختیارات وزارت ورزش و جوانان، مصوب ۱۳۹۹/۰۷/۰۸، مجلس شورای اسلامی.
- [۶] قانون جهش تولید دانش بنیان، مصوب ۱۴۰۱/۰۲/۳۱، مجلس شورای اسلامی.
- [۷] قانون تأمین مالی تولید و زیرساخت‌ها، مصوب ۱۴۰۳/۰۲/۲۲، مجلس شورای اسلامی.
- [۸] قانون حداکثر استفاده از توان تولیدی و خدماتی کشور و حمایت از کالای ایرانی، مصوب ۱۳۹۸/۰۲/۱۵، مجلس شورای اسلامی.
- [۹] قانون رفع موانع تولید رقابت پذیر و ارتقای نظام مالی کشور، مصوب ۱۳۹۴/۰۲/۰۱، مجلس شورای اسلامی.
- [10] <https://www.statista.com/outlook/cmo/toys-hobby/sports-equipment/worldwide>.
- [11] <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/sports-market>.
- [12] <https://market.us/report/sports-equipment-market>.
- [13] <https://www.credenceresearch.com/report/sports-equipment-market>.
- [14] https://www.emergenresearch.com/blog/navigating-the-sport-equipment-market-trends-and-insights?srsltid=Afmbooqby5s9ao_Agr9maxzpavbmegqtnzh-Qgaglmoqtfqeqn1ltp3a.
- [۱۵] وزارت صنعت، معدن و تجارت (۱۴۰۲). معاونت صنایع عمومی، مرکز ملی صنایع خلاق و فرش ایران، برنامه راهبردی صنعت تجهیزات و البسه تخصصی ورزشی ایران.
- [۱۶] وزارت صنعت، معدن و تجارت (۱۴۰۴). دفتر تجهیزات، برق، الکترونیک، نرم افزار و صنایع خلاق، گزارش تولید و تجارت کالاهای ورزشی.
- [۱۷] وبگاه گمرک جمهوری اسلامی ایران، <https://www.irica.ir/index.php>

گزیده سیاستی

با اتخاذ یک استراتژی توسعه صنعتی و با تقویت و هماهنگ‌سازی زنجیره ارزش، مسیر رشد و تجاری‌سازی صنعت لوازم و تجهیزات ورزشی کشور هموار می‌شود. سیاست‌های حمایتی از تولیدکنندگان و صادرکنندگان می‌تواند رشد تولید و صادرات را شتاب بخشد.



مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

تهران، خیابان پاسداران، روبروی بازار نیاوران (ضلع جنوبی، پلاک ۸۰۲)

تلفن: ۷۵۱۸۳۰۰۰ | صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۳۸۵۵ | پست الکترونیک: mirca@males.ir

وبسایت: rc.males.ir