

# فوتبال در نظام باشگاه‌داری

کد موضوعی: ۲۷۰

شماره مسلسل: ۸۶۲۸

دفتر: مطالعات فرهنگی

آبان ماه ۱۳۸۶

## به نام خدا

### فهرست مطالب

|    |  |
|----|--|
| ۱  | چکیده  |
| ۲  | مقدمه  |
| ۵  | ۱. دولت و باشگاه   |
| ۵  | ۲. وضعیت مالی تیم‌داری فوتبال  |
| ۷  | ۳. حامیان مالی (اسپانسر مالی)  |
| ۸  | ۴. درآمدهای حاصل از شرکت‌های رسانه‌ای                                  |
| ۱۰ | ۵. حق پخش تلویزیونی ورزشی  |
| ۱۱ | ۶. باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران                                     |
| ۱۳ | ۷. وضعیت مقایسه‌ای حامیان مالی فوتبال در چند کشور                      |
| ۱۴ | ۸. درآمدهای فوتبال از فروش بلیت مسابقات                                |
| ۱۵ | ۹. ساختار باشگاه‌های فوتبال حاضر در لیگ برتر انگلستان                  |
| ۱۸ | ۱۰. مقایسه درآمدهای لیگ حرفه‌ای فوتبال ژاپن و لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران |
| ۲۱ | ۱۱. اخلاق ورزشی در فوتبال ایران  |
| ۲۳ | نتیجه‌گیری   |
| ۲۵ | پیشنهادات  |



## فوتبال در نظام باشگاه‌داری

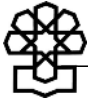
### چکیده

در این گزارش سعی شده تا علت رشد باشگاه‌های کشور در رشته فوتبال از طریق اعتبارات دولتی در سال‌های اخیر با استناد به قوانین موجود بیان شود. ضمن آن‌که درباره علت توجه دولت‌ها به ورزش و نبود تعریف مشخص از مداخله دولت در باشگاه‌داری نیز بحث شده است.

نگاه کوتاهی به موارد هزینه‌های مربوط به فوتبال و درآمدهای تیم‌های فوتبال به همراه شرح مختصری از آن در گزارش درج گردیده، ضمن آن‌که میزان درآمدهای چند کشور از محل لیگ فوتبال نیز آورده شده است.

خوداتکایی فوتبال کشورهای صاحب نام در این رشته از مباحث موضوع گزارش است و علت آن با استفاده از آمار و ارقام در هر زمینه بیان شده و در این مورد به وضعیت فوتبال کشور انگلستان به عنوان نمونه پرداخته شده است و در پی آن وضعیت دو کشور آسیایی صاحب نام در فوتبال یعنی کشور ایران و ژاپن مورد بررسی قرار گرفته و درآمدها و مشکلات ناشی از کمبود درآمد فوتبال کشور توضیح داده شده است.

تماشاگران ورزش و وضعیت اخلاقی در جریان برگزاری مسابقات از نکات قابل توجه است که در گزارش به آن اشاره شده و راهکارهایی نیز ارائه گردیده تا با اتخاذ تصمیمات مناسب و آموزش و نهادینه کردن ارزش‌های مفید، امکان حضور همه



اقتشار مردم در ورزشگاه‌ها فراهم شده و درآمدهای حاصل از بلیت‌فروشی برای فوتبال نیز بیش‌تر شود.

### مقدمه

در چند سال اخیر که شروع آن را می‌توان سال ۱۳۸۲ دانست، باشگاه‌های ورزشی دولتی که بیش از ۷۰ درصد فعالیت‌های آن‌ها را فوتبال تشکیل می‌دهد به دلیل حکم قانونی در تبصره «۷» بودجه سال ۱۳۸۲ مبنی بر اجازه هزینه یک درصد اعتبارات دستگاه‌ها و شرکت‌ها در جهت ورزش، رونق فراوانی یافته است که به تبع آن بسیاری از شرکت‌های دولتی صاحب درآمد زیاد، از قبیل: سایپا، ایران خودرو، فولاد سپاهان، فولاد خوزستان، ذوب‌آهن اصفهان، برق شیراز و... باشگاه‌هایی را از محل یک درصد درآمد مذکور که مبلغ آن با توجه به حجم تولیدات و مبادلات اقتصادی نیز بسیار بالا و قابل توجه است بنا نهاده‌اند.

این نوع باشگاه‌ها به تقلید از باشگاه‌های خارجی که رونق بخش ورزشی کشورها هستند ایجاد شده است و اختلاف آن در نظام باشگاه‌داری خارجی در ایجاد آن‌ها از طریق بخش خصوصی و باشگاه‌داری ایران از طریق دولت است. بنابراین ملاحظه می‌شود که با پول دولت، باشگاه‌های دولتی کشور تدریجاً چنان گسترده شده است که در حال ایجاد یک معضل در ورزش کشور هستند. چرا که مسائل تیم‌داری و خرید و فروش بازیکنان و دلال بازی و ورود مدیران سیاسی به این باشگاه‌ها و غیره، این نوع باشگاه‌ها را از اهداف اصلی خود دور کرده و در واقع توان بخش



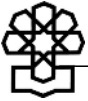
خصوصی را از ورود به عرصه ورزش و نیز رقابت با این قبیل باشگاه‌ها سلب نموده است.

هر چند مسئولان محترم ورزش نیز به موضوع توجه داشته و ایراداتی را مطرح می‌کنند، ولی تاکنون اصلاح مورد نیاز در این نوع حرکت‌های ورزشی انجام نشده است و تاکنون اقدام قانونی مؤثری در این زمینه صورت نگرفته و به اجرا گذاشته نشده است تا حدود مرز آن تعیین شود.

در مورد تیم‌داری این قبیل باشگاه‌ها، جالب توجه است که تمایل و جاذبه به سوی فوتبال که خود درآمدزا بوده و پول کلانی را به جیب عده‌ای واریز می‌کند بیش‌تر است، که خود به یک مشکل ورزشی تبدیل شده و باعث ایجاد انتظار در ورزشکاران سایر رشته‌ها گردیده و حتی آثار منفی نیز در تیم‌های ملی سایر رشته‌های ورزشی گذاشته است و ناگفته پیداست که فدراسیون‌های ورزشی نیز از این وضعیت ناراضی نیستند. زیرا به هر حال با پول دولت رونق رشته‌های ورزشی را علی‌الظاهر در پی داشته و عملکرد آنان را در مقابل مسئولان مثبت نشان می‌دهد و در واقع ثبات مدیریت را در پی دارد.

رسانه‌ها هم از این رهگذر بی‌نصیب نیستند. چرا که با رونق لیگ‌های ورزشی و به‌خصوص فوتبال، بازار خبر آن‌ها گرم‌تر شده و جاذبه ورزش باعث فروش بیش‌تر و شهرت و... عده‌ای از دست‌اندرکاران برخی رسانه‌ها می‌شود. در رسانه ملی هم هزینه تولید کاهش می‌یابد و درآمدهای مناسبی از طریق تبلیغات و غیره را برای این رسانه به ارمغان می‌آورد.

به هر حال این دگرگونی در ورزش کشور از طریق تیم‌داری و باشگاه‌داری



دولتی و ادامه آن تاکنون، حکم قانونی دارد که مرتبط با تبصره «۷»، (بند «چ») قوانین بودجه سال‌های ۱۳۸۲ و ۱۳۸۳ بوده و اکنون نیز در بند «ب» ماده (۱۱۷) قانون برنامه پنجساله چهارم توسعه پابرجاست و تا زمانی که اصلاح این ماده قانونی صورت نگیرد یا دوره اجرای آن به اتمام نرسد، وضعیت به‌همین صورت خواهد بود و حتی شدت بیش‌تری نیز خواهد گرفت.

گذشته از نوع باشگاه‌داری و تیم‌داری، نگاهی به حرفه‌ای شدن ورزش در کشور نشان‌دهنده شروع این حرکت بدون مطالعات و اساس علمی و تجربی است و اصولاً بنای آن غیرتخصصی گذاشته شده که علت آن را می‌توان در ناکافی بودن ضوابط و مقررات قانونی موجود جستجو کرد و ریشه آن نیز در ورزش فوتبال است که مخاطب زیادی داشته و به دلیل جمعیت‌پذیری فراوان و در پی آن ایجاد زمینه تبلیغات مختلف و لذت‌های ناشی از شهرت و مقام و پول حاصل از آن، رشد زیادی کرده است. ولی با نگاه به عملکرد آن در چند سال اخیر وضعیت خوبی در میداين بين‌المللی از حیث کسب مقام نداشته است.

لذا در این گزارش سعی شده تا وضعیت ورزش فوتبال در نظام باشگاه‌های برخی از کشورها که به صورت حرفه‌ای و خصوصی صورت می‌گیرد مورد توجه قرار گرفته، توجه مسئولان محترم در جهت اصلاح آن در نظام فعلی باشگاه‌داری کشور معطوف شود تا با مقایسه و نظارت عالیه در جهات مختلف فنی و مالی و قانونی امکان سامان‌بخشی به این ورزش پیرطرفدار فراهم شود و از مشکلات وابستگی به اعتبارات دولتی در آینده نیز جلوگیری گردد.



## ۱. دولت و باشگاه

رابطه دولت و باشگاه‌های ورزشی یکی از موضوعاتی است که در بسیاری از کشورها به شکل روشنی تعریف و بیان شده است. و در مواردی نظیر کشور ما به علت نبود تعریف خاص به صورت یکی از معضلات اجتماعی خود را نشان می‌دهد و نیز هزینه‌های زیادی را به خود معطوف می‌دارد.

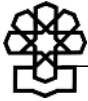
به‌طور کلی ورزش بنابر دلایل زیر مورد توجه دولت‌ها است:<sup>۱</sup>

- شرکت کردن جوانان در فعالیت‌های با ارزش اجتماعی،
  - ارتقای سلامت مردم،
  - ارتقاء و سطح تعلیم و تربیت از طریق ورزش،
  - توسعه هنجارهای فرهنگی و اجتماعی در فضاهای عمومی،
  - کسب شئون ملی و بین‌المللی،
  - ایجاد تقابل چندوجهی بین مردم و دولت.
- دلایل فوق می‌تواند کاملاً برای مداخله دولت‌ها در امور باشگاه‌ها توجیه‌پذیر باشد.

## ۲. وضعیت مالی تیم‌داری فوتبال

باشگاه‌هایی که بیش‌تر فعالیت خود را معطوف به فوتبال می‌کنند، به درآمد زیادی نیاز دارند تا بتوانند هزینه‌های ضرور و اجتناب‌ناپذیر این رشته ورزشی پرترفدار را

1. Dr. Roger Jackson (Editor In Chief), Sport Administration Manual, Harpord Enterprises, Olympic Solidarity, International Olympic Committee, 1998.



تأمین کنند. هزینه‌های عمده و کلی تیم‌های فوتبال شامل: حقوق و پاداش بازیکنان و انتقال بازیکنان به باشگاه‌ها، مدیریت نیروی انسانی، ایجاد و نگهداری فضاهای ورزشی، هزینه مسافرت، مالیات، بیمه، هزینه‌های اداری و خدمات از یک طرف و درآمدهای عمده و کلی شامل: اسپانسرهای مالی، حق پخش تلویزیونی، فروش بازیکن، تبلیغات، فروش وسایل ورزشی و فروش بلیت ورودی برای تماشای بازی‌ها است.<sup>۱</sup>

بخش اعظم درآمدهای باشگاه‌ها در حق پخش تلویزیونی (نزدیک ۵۰ درصد) حاصل می‌شود و بخش‌های دیگر شامل: اسپانسر، فروش بلیت، فروش وسایل و... است.

در فصل مسابقاتی ۲۰۰۱-۲۰۰۲ لیگ برتر، انگلستان بالاترین درآمد فوتبال را در بین کشورهای اروپایی کسب کرده که در این میان ۴۲ درصد درآمد این لیگ از پخش تلویزیونی (تقریباً ۷۳۴ میلیون پوند) و ۲۸ درصد از فروش بلیت مسابقات (نزدیک به ۵۰۰ میلیون پوند) و ۳۰ درصد مابقی از اسپانسرهای مالی و سایر موارد (تقریباً ۵۱۰ میلیون پوند) به‌دست آمده است که مبلغی مجموعاً ۱۷۴۴ میلیون پوند را تشکیل می‌دهد است.

در کالچیو (لیگ ایتالیا) ۵۳ درصد درآمد این لیگ از پخش تلویزیونی (حدود ۶۰۰ میلیون پوند) ۱۶ درصد بلیت فروشی (۱۶۵ میلیون پوند)، ۱۴ درصد اسپانسر (حدود ۱۵۰ میلیون پوند) و ۱۷ درصد از سایر موارد (تقریباً ۱۷۵ میلیون پوند) به‌دست آمده است که مجموعاً ۱۰۹۰ میلیون پوند درآمد لیگ را تشکیل داده است.<sup>۲</sup>

در کشور ژاپن طی فصل مسابقات لیگ فوتبال ۲۰۰۱-۲۰۰۲ تحت عنوان (جی لیگ) مبلغ دریافتی از پخش تلویزیونی ۵۰۴۰ میلیون ین، اسپانسرهای مالی ۳۵۸۴

1. Morrow Stephen, "The New Buesiness Of Football" McMillan Press HTD Yreat Britain, 1999.  
2. Boon Geerry Etal "Deloithe, Touch Annual Review Of Football Firance" July 2003, Appendix 4-22.



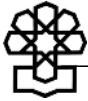
میلیون ین، بلیت فروشی مسابقات ۲۵۷ میلیون ین، صدور مجوز ۴۸۶ میلیون ین، حق عضویت و مبلغ ورودی به مسابقات سراسری از طرف باشگاه‌ها ۸۸۰ میلیون ین و سایر موارد ۳۳۴ میلیون ین بوده است که در مجموع لیگ فوتبال ژاپن را به ۱۰۵۸۱ میلیون ین درآمد رسانده است.<sup>۱</sup>

### ۳. حامیان مالی (اسپانسر مالی)

اسپانسرهای مالی از جمله منابع درآمدهای لیگ‌های حرفه‌ای فوتبال محسوب می‌شوند که به دلیل جاذبه این ورزش و پخش وسیع آن در سطوح مختلف جغرافیایی انگیزه لازم را برای شرکت‌ها و کارخانجات ایجاد کرده تا در جهت تبلیغ کالای تولیدی یا بازرگانی خود، از فوتبال بهره‌گیری کنند. از طرفی نیز این اسپانسرها جزء بودجه باشگاه‌ها محسوب شده و در محاسبات و تنظیم بودجه سالانه، به حساب می‌آیند و از این رو اهمیت فوق‌العاده‌ای در فوتبال کشورها دارند و چه بسا رشد بیش از حد فوتبال نیز از خواسته‌های این اسپانسرهاست.

با یک قیاس ساده می‌توان به نقش و تفاوت‌های موجود از نظر کمک‌های مالی صورت گرفته از سوی حمایت‌کنندگان فوتبال پی‌برد و از طرفی وضعیت آن را با کشور ایران مقایسه کرد. این کمک‌ها در سال‌های ۲۰۰۱-۲۰۰۲ (فصل فوتبال) در لیگ‌های اروپایی و لیگ ژاپن که یکی از بهترین لیگ‌های فوتبال آسیایی است به شرح زیر بوده است:

1. Unpublished Material Of Japan Football Association "J.LEAGUE Guide, 2003" www.j-league.or.jp



- لیگ برتر انگلستان ۵۱۰ میلیون پوند
- لیگ ایتالیا (کالچو) ۱۶۰ میلیون پوند
- لیگ آلمان (بوندس لیگا) ۲۵۰ میلیون پوند
- لیگ فرانسه ۱۳۰ میلیون پوند
- لیگ ژاپن (جی لیگ) ۳/۵۸ میلیون پوند
- لیگ ایران در سال ۲۰۰۲-۲۰۰۳، ۶۵۰ هزار دلار (با فرض نقد شدن)<sup>۱</sup>

### ۴. درآمدهای حاصل از شرکت‌های رسانه‌ای

مرکز تحقیقاتی فوتبال (سر نورمن چستر) اعلام کرده که طی قرار دادی از سال ۲۰۰۰، لیگ برتر انگلستان بابت نشان دادن ۶۶ بازی در سال از بی‌اسکای بی مبلغ ۱/۱ میلیارد پوند برای مدت سه سال دریافت کرد که ۵۰ درصد آن را به‌طور مساوی، ۲۵ درصد براساس قرار گرفتن تیم‌ها در جدول رده‌بندی و ۲۵ درصد براساس تعداد مسابقات باشگاه‌هایی که در صفحه تلویزیون ظاهر می‌شوند، تقسیم کرد.

به‌عنوان مثال، باشگاه آرسنال و منچستر یونایتد در سال ۲۰۰۰ از پخش تلویزیونی مبالغ زیر را از بی‌اسکای بی دریافت کردند (جدول ۱).<sup>۲</sup>

۱. گزارش ارائه شده هیئت رئیسه فوتبال جمهوری اسلامی ایران سال ۱۳۸۱.

2. Jonathan Michic and Shraddha Vema, "Accounting For Fotballs And Football ClubS", Governance Of London 3<sup>rd</sup>, Feb, 1999.



### جدول ۱. درآمد در باشگاه انگلیس از بی اسکای بی

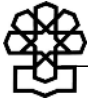
(مبالغ به پوند)

| باشگاه منچستر یونایتد | آرسنال  | نوع دریافت                            |
|-----------------------|---------|---------------------------------------|
| ۳۰۸۷۵۰۰               | ۳۲۵۰۰۰۰ | بابت وضعیت در جدول لیگ                |
| ۳۰۴۰۲۷۸               | ۳۳۰۳۹۸۴ | بابت استفاده از امکانات سهم           |
| ۳۰۴۰۲۷۸               | ۳۰۴۰۲۷۸ | سهم مساوی توزیع شده بین همه باشگاه‌ها |
| ۹۱۶۸۰۵۶               | ۹۳۲۱۲۶۲ | جمع دریافتی                           |

ضمناً در کنار قرارداد اشاره شده، مبلغ ۱۸۳ میلیون پوند نیز از آی تی وی بابت نشان دادن صحنه‌های برجسته بازی‌های فوتبال از سوی لیگ برتر انگلستان دریافت شده است. ضمن آنکه در سال ۲۰۰۱، ۸۰ درصد باشگاه‌های لیگ دسته اول مبلغ سه میلیون پوند و نیز ۴۸ باشگاه از دسته‌های پایین‌تر به‌طور متوسط ۳۰۰ هزار پوند دریافت کرده‌اند.<sup>۱</sup>

درآمد عمده لیگ ژاپن نیز از واگذاری حق پخش تلویزیونی تأمین می‌شود که درآمد کلی لیگ مزبور در سال ۲۰۰۲ از مبالغ مختلف ۱۰۵۸۱ میلیون ین بوده است که مبلغ ۵۰۸۰ میلیون ین آن تنها از بابت واگذاری پخش تلویزیونی کسب شده که تقریباً ۵۰ درصد از درآمد کلی است.<sup>۲</sup>

1. Sir Norman Chester Center For Football Research. "British Football On Television", University Of Leicester fact Sheet 8, 2001.  
2. Unpublished Material Of Japan.



### ۵. حق پخش تلویزیونی ورزش

حق پخش تلویزیونی برای نشان دادن رویدادهای ورزشی یکی از منابع مهم مالی و اصلی‌ترین منبع محسوب می‌شود که اثر فوق‌العاده در ورزش حرفه‌ای و حرفه‌ای شدن ورزش دارد. عموماً صاحبان رویدادهای ورزشی، اعم از باشگاه‌ها، سازمان‌های لیگ و فدراسیون‌های ورزشی امتیاز پخش مسابقات را به تلویزیون واگذار می‌کنند و در ازای آن مبلغ مشخص را دریافت می‌کنند. این موضوع تاکنون در حقوق ورزشی ایران به درستی و به وضوح مشخص نشده است و از طرفی به دلیل انحصاری بودن رادیو و تلویزیون تا به حال این حق از طرف سازمان صدا و سیما به رسمیت شناخته نشده است.

در واقع سازمان صدا و سیما حاضر نیست برای پخش مسابقات ورزشی که اکثر اوقات جزء پر بیننده‌ترین برنامه‌های تلویزیونی هستند، هزینه‌ای بپردازد. به عبارت دیگر این سازمان پخش مسابقات ورزشی را نوعی لطف و امتیاز برای صاحبان مسابقات می‌داند.<sup>۱</sup>

لیگ حرفه‌ای فوتبال جمهوری اسلامی ایران نیز تاکنون نتوانسته به صورت صریح و قانونی حق پخش تلویزیونی از سازمان صدا و سیما دریافت کند. این درحالی است که در اساسنامه فیفا در ماده (۴۹) از این حق به‌عنوان درآمد مشروع باشگاه‌ها و سازمان‌های لیگ نام برده شده است.<sup>۲</sup>

۱. برنامه هشت ساله توسعه بخش تربیت بدنی، ورزش همگانی و تفریحی ۱۳۸۱.

۲. تقوی، مهدی، ۱۳۷۴، خصوصی‌سازی از تئوری تا عمل مجموعه مقالات، انتشارات آگاه.



## ۶. باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران

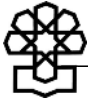
در حال حاضر منسجم‌ترین مسابقات باشگاهی حرفه‌ای در ایران، در رشته فوتبال برگزار می‌شود. در یک تقسیم‌بندی کلی می‌توان باشگاه‌های حرفه‌ای ایران را در سه گروه وابسته به صنایع، وابسته به نیروی نظامی و انتظامی و وابسته به سازمان تربیت بدنی بررسی کرد.

از نوع اول یعنی تیم‌های فوتبال حرفه‌ای وابسته به صنایع: فولاد سپاهان، فولاد مبارکه، فولاد اهواز، ذوب آهن، پیکان، سایپا، تراکتورسازی تبریز، راه آهن، صنعت نفت و در نوع دوم پاس، باشگاه ابومسلم، ملوان، فجر شهید سپاسی و از نوع سوم باشگاه‌های پرسپولیس (پیروزی) و استقلال قابل توجه هستند. هر چند تعداد بسیار اندک تیم‌هایی مانند پگاه، شמושک نوشهر، شیرین فراز و... در لیگ‌ها شرکت می‌کنند، که به صورت شخصی یا نیمه‌شخصی اداره می‌شوند لکن تعداد آن‌ها بسیار اندک است.

در مورد مالکیت دولت در امر باشگاه و تیم‌داری مباحث زیادی مطرح شده است. باشگاه‌ها به دلایل مختلف نیاز مبرم به حمایت دولت دارند. ولی رابطه آن‌ها باید به صورت شفاف تعریف و تبیین شود.

سؤال عمده‌ای که در رابطه دولت با باشگاه‌داری و تیم‌داری مطرح می‌شود این است که آیا رابطه مذکور با انواع باشگاه‌ها باید یکسان باشد یا اینکه رابطه دولت با باشگاه‌های حرفه‌ای باید متفاوت از باشگاه‌های عمومی باشد؟

با توجه به شکل جدید باشگاه‌های حرفه‌ای که اکثر توان آن‌ها در جهت فوتبال صرف می‌شوند مشمول قانون تجارت شده‌اند و ملزم شده‌اند که مشابه دیگر



شرکت‌های تجاری ثبت و فعالیت داشته باشند. لذا نقش دولت و رابطه آن با باشگاه‌های حرفه‌ای باید مورد بحث و بررسی دقیق قرار گیرد تا بتوان آنچه را که به بهبود وضعیت کنونی کمک می‌کند را در سرلوحه کارهای آتی قرار داد.

موضوع قابل بحث دیگر، موضوع مالکیت در امر باشگاه‌داری است. امروزه در کشورهای صاحب نام در فوتبال حرفه‌ای، امر تصدی‌گری دولت در باشگاه‌های فوتبال عمدتاً غیرمعمول و حتی در بسیاری از کشورهای اروپایی امری غیرقانونی تلقی می‌شود. اسمیت (۱۹۹۷) در گزارشی که به فدراسیون فوتبال انگلستان ارائه می‌دهد، اعتقاد دارد که تشکیلات فوتبال و باشگاه‌ها می‌باید خودشان به وضعیت خود سروسامان دهند تا اجازه دخالت از طرف مسئولان دولتی داده نشود.<sup>۱</sup>

از سوی دیگر فدراسیون بین‌المللی فوتبال<sup>۲</sup> نیز براساس پیشنهادی که از اتحادیه فوتبال اروپا<sup>۳</sup> دریافت کرده است، طی بخشنامه‌ای به فدراسیون‌های ملی عضو ابلاغ کرده است که یک شرکت فقط و فقط یک باشگاه می‌تواند داشته باشد و نه بیش‌تر و اگر یک شرکت دارای دو یا چند باشگاه باشد، فدراسیون می‌تواند از شرکت کردن آن‌ها در مسابقات رسمی جلوگیری کند.<sup>۴</sup> در حقیقت فلسفه تصویب چنین قوانینی، جلوگیری از انحرافات مالی و همچنین از بین بردن زمینه تبانی‌های پشت پرده برای کسب موفقیت‌های ورزشی است.

۱. برنامه تربیت بدنی و ورزشی مدارس تهران، حسن‌زاده، محمدتقی و محمدعلی، ۱۳۸۰.

2. Fifa  
3. Uefa

۴. پولتریج، ویکتور (آوریل ۱۹۹۵) به سوی نظریه خصوصی‌سازی، آکادمی علوم روسیه.

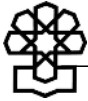


## ۷. وضعیت مقایسه‌ای حامیان مالی فوتبال در چند کشور

یکی دیگر از منابع درآمدی در صنعت فوتبال، حامیان مالی هستند. امروزه شرکت‌های تجاری و بازرگانی، فوتبال را به عنوان بهترین وسیله تبلیغات برای آرم و نشان خود می‌دانند. از این رو با انجام سرمایه‌گذاری‌های وسیع در حیطه ورزش و بالاخص در فوتبال به تبلیغات برای خود می‌پردازند. از طرف دیگر هرچه پوشش تلویزیونی بیشتر می‌شود، رغبت حامیان مالی برای سرمایه‌گذاری در این مسابقات بیشتر می‌شود. زیرا با پوشش تلویزیونی برای افراد بیشتری آرم و نشان تبلیغاتی آن‌ها رونق می‌یابد. لیگ‌های معتبر فوتبال خارجی نیز از این منبع درآمد نهایت بهره را برده‌اند که برای روشن شدن موضوع به میزان درآمد چند لیگ حرفه‌ای فوتبال از محل درآمد حامیان مالی به همراه سهم حامیان مالی از کل درآمد در جدول زیر اشاره شده است (جدول ۲).

جدول ۲. میزان درآمد چند لیگ معتبر فوتبال از محل حامیان مالی در فصل ۲۰۰۱-۲۰۰۲ (به میلیون پوند انگلیسی)

| نام لیگ           | میزان درآمد حاصل از حامیان مالی | درصد از کل درآمد حاصله |
|-------------------|---------------------------------|------------------------|
| لیگ برتر انگلستان | ۳۶۷                             | ۲۰                     |
| کالچو ایتالیا     | ۱۵۰                             | ۱۴                     |
| بوندس لیگای آلمان | ۲۵۰                             | ۲۶                     |
| لیگ فرانسه        | ۱۳۰                             | ۲۰                     |



## ۸. درآمدهای فوتبال از فروش بلیت مسابقات

تماشای مسابقات فوتبال از نزدیک و در استادیوم‌های فوتبال برای بسیاری از علاقه‌مندان به این رشته جذاب، منبع لذت و آفری است. هواداران تیم‌های فوتبال حرفه‌ای، احساس تعلق زیادی به تیم خود دارند. اعتقاد جامعه‌شناسان بر این است که باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای می‌توانند نقش مؤسسات اجتماعی مهمی را برای هواداران و اهالی بومی ایفا کنند. همچنین جامعه‌شناسان نسبت به اهمیت تماشاگران و هواداران و احساس وابستگی آنان به باشگاه‌های مورد علاقه خود نظرات مفیدی را ارائه داده‌اند. این دسته از جامعه‌شناسان اعتقاد دارند که باشگاه‌های فوتبال یک کانون سمبلیک جمعی برای احساس وابستگی و افتخار به یک محیط اجتماعی بوده، تا جایی که بعضی از هواداران باشگاه‌های خارجی حمایت از باشگاه را به شکل یک مرام و مسلک جدید می‌دانند که موظفند برای آن جانفشانی کنند.

به هر حال ورزش فوتبال از هواداران خود از دو جنبه سود می‌برد که عبارتند از: حمایت اجتماعی و حمایت مالی. مهم‌ترین حمایت مالی هواداران از فوتبال، خرید بلیت‌های مسابقاتی فوتبال است که از این طریق علاوه بر حمایت اجتماعی، باعث می‌شوند که بخش مهمی از هزینه‌ها تأمین شود و تیم‌های فوتبال نیز در بودجه سالانه، آن را برآورد و لحاظ می‌کنند. برای نشان دادن اهمیت موضوع، میزان درآمد چهارلیگ معتبر فوتبال از محل فروش بلیت در جدول (۳) نشان داده شده است.



### جدول ۳. میزان درآمد چند لیگ اروپایی از محل بلیت فروش مسابقات فوتبال

در فصل ۲۰۰۱-۲۰۰۲ (به میلیون پوند انگلیس)

| نام لیگ           | میزان درآمد حاصل از فروش بلیت | درصد از کل درآمد حاصل از لیگ |
|-------------------|-------------------------------|------------------------------|
| لیگ برتر انگلستان | ۵۰۰                           | ۲۸                           |
| کالچو ایتالیا     | ۱۶۵                           | ۱۶                           |
| بوندیس لیگا آلمان | ۱۸۰                           | ۱۷                           |
| لیگ فرانسه        | ۱۱۰                           | ۱۵                           |

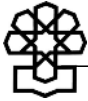
### ۹. ساختار باشگاه‌های فوتبال حاضر در لیگ برتر انگلستان

به منظور آشنایی با وضعیت باشگاه‌های معتبر که در رشته فوتبال فعالیت وسیع دارند، به ساختار باشگاه‌های فوتبال مرتبط با لیگ برتر انگلستان به عنوان نمونه اشاره می‌شود.

همه باشگاه‌های حاضر در لیگ فوتبال برتر انگلستان به صورت شرکت‌های تجاری به ثبت رسیده‌اند و همگی مشمول قانون تجارت انگلستان هستند. سیستم اکثر باشگاه‌های حاضر در لیگ فوتبال برتر به صورت شرکت‌های سهامی است. این نوع اداره باشگاه‌ها ارتباطی بین مدیران، صاحبان سهام، رؤسا و دیگر شرکاء شرکت ایجاد می‌کند که در نهایت هر سهام‌دار به اهداف خود خواهد رسید.<sup>۱</sup>

اداره باشگاه‌ها در انگلیس به صورت شرکت‌های تجاری باعث می‌شود که آن‌ها دو هدف اولیه در اهداف‌شان داشته باشند که عبارتند از: موفقیت تجاری و موفقیت

۱. دیلی. ای جنین (۲۰۰۳)، سیاست ورزشی در عصر رسانه‌های تلویزیونی.



ورزشی. این دو ارتباط ارتباط تنگاتنگی با یکدیگر دارند و هیچ‌گاه یکی بدون دیگری به دست نمی‌آید، بلکه ارتباط بین آن‌ها مستقیم بوده و بر یکدیگر تأثیر متقابل دارند.

سازمان لیگ برتر انگلستان باشگاه‌ها را موظف کرده تا قبل از شروع سال یک مجموعه مکتوب به سازمان لیگ ارائه دهد که باید در آن سیاست باشگاه در رابطه با موارد مختلف به روشنی توضیح داده شود. این موارد عبارتند از: سیاست باشگاه با فروش بلیت، امور بازرگانی، نوع ارتباطات با هواداران باشگاه، ارتباط با حامیان مالی، ارتباط با سهامداران، ارتباط با دولت محلی و... در سال‌های اخیر بسیاری از باشگاه‌های انگلستان سهام باشگاه خود را در بازار بورس لندن شناور کرده‌اند و در اکثر موارد از این بابت سود زیادی عائد آن‌ها شده است. آمار و اطلاعات حاکی از آن است که امروز نزدیک به ۱/۲ بلیون پوند توسط ۲۱ باشگاه حرفه‌ای فوتبال در بازار بورس لندن شناور است.<sup>۱</sup>

مهم‌ترین منابع مالی در لیگ برتر فوتبال انگلستان به ترتیب اولویت عبارت است از حق پخش تلویزیونی، بلیت فروشی، حامیان مالی، قراردادهای بازرگانی، خرید و فروش بازیکن، فروش وسایل ورزشی که در این میان نقش تلویزیون و پول دریافتی بابت حق پخش تلویزیونی سهم بیش‌تری نسبت به بقیه منابع دارد.<sup>۲</sup>

حامیان مالی نیز نقش بسیار مهمی را در درآمدزایی لیگ برتر انگلستان ایفا می‌کند. تجارت و بازرگانی نیز درآمد زیادی را از محل حامیان نصیب آن‌ها کرده است. به عنوان نمونه تیم منچستر یونایتد یک قرارداد ۴۹۵ میلیون دلاری با شرکت

۱. ضرورت انتقال بخش عمده ورزش به بخش خصوصی - ذوالاکتاف (۱۳۸۱).

۲. پولاتریچ، ویکتور (آوریل ۱۹۹۵) به سوی نظریه خصوصی‌سازی.



تولیدکننده لوازم ورزشی منعقد کرده است. طبق این قرارداد، تیم فوتبال منچستریونایتد به مدت ۱۳ سال از سال ۲۰۰۲ ملزم به استفاده از لباس‌های تولیدی این شرکت به همراه آرم تبلیغاتی آن در مسابقات است. علاوه بر این درج آرم روی سینه بازیکنان نیز مبالغی را برای باشگاه‌ها درآمذزایی کرده است.

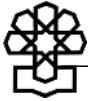
جدول (۴) چند باشگاه لیگ برتر فوتبال انگلستان را به همراه میزان مبلغ دریافتی بابت «تبلیغات روی پیراهن» از حامیان مالی در فصل بازی‌های سال ۲۰۰۰ را نشان می‌دهد. به طوری که مشاهده می‌شود باشگاه آرسنال در بین این باشگاه‌ها بیش‌ترین درآمد را از این طریق داشته است. این باشگاه در فصل بازی‌های ۲۰۰۰ مبلغ ۳/۳ میلیون پوند از شرکت سگا<sup>۱</sup> فقط بابت تبلیغات روی پیراهن دریافت کرده است.

#### جدول ۴. درآمد باشگاه‌های لیگ برتر انگلیس بانک تبلیغات روی پیراهن بازیکنان

(به میلیون پوند)

| نام باشگاه               | شرکت طرف قرارداد (.....) | مبلغ قرارداد |
|--------------------------|--------------------------|--------------|
| آرسنال (Arsenal)         | Sega                     | ۳/۳          |
| منچستریونایتد (Man-Utd)  | Sharp                    | ۱/۳          |
| لیدر یونایتد (Leeds-Utd) | Packard Bell             | ۲            |
| لیورپول (Liverpool)      | Carlsberg                | ۱            |
| وستهام (West Ham)        | Dr Martens               | ۱            |
| ویمبلدون (Wimbledon)     | Tiny                     | ۰/۳          |

1. Sega



#### ۱۰. مقایسه درآمدهای لیگ حرفه‌ای فوتبال ژاپن و لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران

جدول زیر (شماره ۵) میزان درآمد دو لیگ فوتبال حرفه‌ای ایران و ژاپن که هر دو از کشورهای آسیایی بوده و هر دو نیز مدعی قهرمانی فوتبال در قاره آسیا هستند نشان می‌دهد.

#### جدول ۵. میزان کل درآمد در لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران و ژاپن (واحد به تومان)

| سازمان لیگ حرفه‌ای فوتبال ژاپن               |   |   | سازمان لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران           |
|--|---|---|---|
| میانگین درآمد<br>تمام فصول<br>(تمامی سال‌ها) | میانگین درآمد<br>سه فصل آخر<br>(سه سال آخر) | میانگین درآمد<br>سه فصل اول<br>(سه سال اول) | میانگین درآمد سه فصل مسابقات<br>انجام شده |
| ۵۸.۶۷۰.۹۱۶.۵۷۸                               | ۷۰.۹۸۷.۰۰۰.۰۰۰                              | ۴۶.۳۳۰.۶۶۶.۶۷۰                              | ۱.۲۷۸.۷۹۱.۸۰۴                             |

با وجود این‌که GDP سرانه ژاپن در سال ۲۰۰۲ حدود ۱۸ برابر ایران بوده است. در مقایسه وضعیت مالی سازمان لیگ حرفه‌ای ایران و ژاپن، میزان کل درآمد ژاپن به ترتیب برای میانگین ۳ فصل، میانگین کل فصول و میانگین ۳ فصل آخر ۳۶/۲، ۴۵/۸ و ۵۵/۵ برابر میانگین درآمد سه سال لیگ حرفه‌ای ایران بوده است.

دلایل عدم مطلوبیت عملکرد مالی سازمان لیگ ایران بسیار زیاد است و لزوم مطالعات گسترده در این مورد ضروری است. محروم بودن سازمان لیگ حرفه‌ای فوتبال از درآمد حاصل از حق پخش تلویزیونی شاید مهم‌ترین نقطه ضعف عملکرد

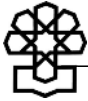
۱. درآمد ناخالص ملی.



نامطلوب مالی این سازمان به شمار رود. یافته‌ها نشان می‌دهند که شاید ماهیت دولتی باشگاه‌ها و نوع تقسیم اداره سازمان لیگ حرفه‌ای و همچنین باشگاه‌های لیگ حرفه‌ای باعث شده است که سازمان صدا و سیما که آن نیز دولتی است و از اعتبارات دولت استفاده می‌کند از پرداخت حق پخش تلویزیونی مسابقات ممانعت کند. زیرا بودجه سازمان صدا و سیما همواره با احتساب درآمدهای آن که پخش برنامه‌های ورزشی را نیز شامل می‌شود اختصاص می‌یابد و اگر این درآمد از آن گرفته شود، به همان میزان باید از اعتبارات دولتی به آن اضافه شود. از سوی دیگر، تا زمانی که وضعیت باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال به حالت کنونی باقی بماند، امید کم‌تری به درآمد حاصل از حق پخش تلویزیون مسابقات می‌توان داشت. از این رو ضروری است راه کارهای حقوقی مناسب حق پخش تلویزیونی مسابقات فوتبال توسط مسئولین به نحوی اتخاذ شود تا سازمان صدا و سیما نیز امکان موجود را بتواند جبران کند.

سازمان لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران در مقایسه با سازمان لیگ ژاپن درآمد بسیار ناچیزی را از محل تبلیغات و حامیان، حاصل کرده است. وجود یک کمیته بازاریابی قوی متشکل از متخصصان امر بازاریابی ورزشی در سازمان لیگ حرفه‌ای و نیز وجود کمیته‌های بازاریابی در باشگاه‌های فوتبال می‌تواند کمک شایانی را به افزایش درآمد حاصل از تبلیغات و حامیان مالی لیگ حرفه‌ای در ایران داشته باشد.

از دیگر موارد مهم تأثیرگذار بر روی اختلاف شدید بین وضعیت مالی سازمان لیگ کشور ایران و کشور ژاپن، درآمد حاصل از فروش بلیت مسابقات است. کم بودن درآمد حاصل از بلیت فروشی مسابقات فوتبال و بهای اندک بلیت مسابقات فوتبال نیز از دیگر عوامل است. ضمن آن‌که چنانچه بهای بلیت را در ایران افزایش دهند، به دلیل



عدم درآمد کافی، کمتر جوانان به ورزشگاه‌ها مراجعه می‌کنند و از این حیث به دلیل کاهش تماشاگر، لیگ‌های فوتبال ایران از رونق می‌افتد و لازم است که راهکارهای مناسبی جهت افزایش رغبت عمومی مردم برای تماشای مسابقات فوتبال در استادیوم‌ها اندیشیده شود که یکی از این راهکارها، عدم افزایش قیمت بلیت است و به نوعی جبران آن و دیگر راهکار بهبود وضع امکانات استادیوم‌ها و نیز امنیت بیشتر اخلاقی و اجتماعی می‌باشد تا امکان جذب تماشاگران از طبقات مختلف به وجود آید.

ذکر این نکته نیز ضروری است که اکثر باشگاه‌های لیگ حرفه‌ای ایران در پایان سال مالی خود دارای تراز مالی مثبت نیستند و نداشتن تراز مالی مثبت در باشگاه‌های حرفه‌ای به دلیل بیش‌تر بودن میزان هزینه‌ها از درآمدهای باشگاه‌ها است. از این رو با توجه به این‌که اکثر باشگاه‌های فوتبال کشور به نوعی توسط سازمان‌ها و ارگان‌های دولتی تأمین مالی می‌شوند و خود درآمدزایی اندکی دارند، هزینه کردن گزاف برای خرید بازیکنان فوتبال در ایران بسیار قابل تأمل است.

در حیطه قراردادهای بازیکنان حرفه‌ای فوتبال و وجود تقسیم مناسب نقل و انتقال بازیکنان فوتبال نیز اختلاف چشمگیری بین سازمان لیگ ژاپن و ایران وجود دارد. در حال حاضر در لیگ حرفه‌ای ایران، بازیکن حرفه‌ای و قرارداد حرفه‌ای به روشنی تعریف نشده است.

همچنین هیچ‌گونه طبقه‌بندی و سقف حقوق و پاداش برای بازیکنان حرفه‌ای فوتبال در نظر گرفته نشده است. لازم به ذکر است سقف حقوق برای بازیکنان فوتبال امری است که در بسیاری از کشورهای صاحب نام در فوتبال نظیر انگلستان و ایتالیا نیز مورد استفاده قرار نمی‌گیرد. ولی با توجه به شرایط لیگ حرفه‌ای ایران و ماهیت

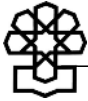


حال حاضر باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال که دولتی است، ضروری است این موضوع مورد توجه و بررسی قرار گیرد و نظام طبقه‌بندی و پرداخت نیز تدوین شود.

### ۱۱. اخلاق ورزشی در فوتبال ایران

چند سالی است که فوتبال کشور با توجه به سرمایه‌گذاری‌های صورت گرفته و نیز برگزاری مسابقات مختلف درون و برون مرزی و به تبع آن برخی از پیروزی‌ها در میداين بين‌المللی، رونق بیشتری نسبت به سایر ورزش‌ها داشته است و با انگیزه‌هایی که این ورزش دارد تماشاگران زیادی را به خود جلب کرده است که در واقع پشتوانه‌های، ورزشی و به‌خصوص پشتوانه تیم‌های مختلف هستند. ولی گاهی با وجود اثرات مثبت این تماشاگران، وقتی به صورت هوادار تیم خاص قرار می‌گیرند مشکلاتی از جهات مختلف ایجاد می‌کنند که از جمله می‌توان به مسائل اخلاقی و فرهنگی آن اشاره کرد که این خود نیز از دلایل عدم حضور بسیاری از مردم برای تماشای مسابقات مختلف است.

در چند سال اخیر مسائلی که مربوط به بی‌انضباطی تماشاگران در داخل و خارج از ورزشگاه‌ها می‌شد، به اوج خود رسیده است و مسئولان همواره سعی داشته‌اند در جهت مقابله و هدایت رفتارها، اقداماتی انجام دهند. ولی همچنان شاهد مسائل غیراخلاقی مختلف از قبیل فحاشی، آسیب رساندن به محیط ورزشگاه‌ها و خارج از آن در مسابقات مربوط به لیگ‌های فوتبال ایران هستیم و حتی گاهی می‌بینیم که زدوخورد‌هایی بین تماشاگر و حتی طرفداران با مربیان تیم مقابل و مسئولان آن اتفاق می‌افتد که دلایل آن بسیار است و از آن می‌توان به مهم بودن موضوع برد و باخت و اثرات آن در ارزیابی مدیران باشگاه‌ها که اکثراً دولتی هستند یا حفظ شهرت



تیم‌ها و همچنین تحرکات بیرونی برخی از دلال‌ها و واسطه‌ها که منافع خود را در ایجاد هیجان‌ات می‌بینند اشاره کرد و در این راستا برخی از رسانه‌های نیز در گرم نگاهداشتن موضوع به سبب افزایش تیراژ و گذران معیشت بی‌تقصیر نیستند.

لذا به نظر می‌آید تمام فشارهای موجود برای کنترل این نوع مسائل چه از سوی کمیته انضباطی فدراسیون فوتبال و چه از سوی باشگاه‌ها و همچنین تلاش‌های سازمان تربیت بدنی و غیره نتوانسته است حتی تا حدودی از این نوع رفتارها و مسائل غیرفرهنگی بکاهد و شاهد بیش‌تر شدن آن نیز هستیم. جالب توجه این‌که اکثر تیم‌های فوتبال کشور نام فرهنگی را به همراه ورزش در باشگاه خود یدک می‌کشند. «از جمله باشگاه فرهنگی ورزشی ...». یکی از مباحثی که برای کنترل به میان آمده است، ایجاد کانون‌های طرفداران تیم‌ها و باشگاه است که حتی مورد قبول بسیاری از تیم‌های فوتبال حاضر بوده و از آن استقبال کرده‌اند. ولی آن نیز ناموفق بوده و همه‌گیر نگردیده و ضابطه‌مند نیست. این نوع حرکات در ایجاد محیط بی‌تنش در ورزشگاه‌ها اثرگذار است ولی کافی نبوده و نیاز است برای فرهنگ‌سازی راه‌های دیگری مورد بررسی قرار گیرد و با همکاری سایر ارگان‌های مسئول و دست‌اندرکاران و حتی آموزش و پرورش حرکت وسیع و بنیادی انجام شود تا از ابتدای نوجوانی، حضور در ورزشگاه‌ها و هواداری از تیم‌ها با اصولی فرهنگی و قابل قبول نهادینه گردد و از سوی دیگر با تدوین ضوابط خاص توسط دستگاه‌ها و مسئولان باشگاه‌ها، آنان نیز موظف به رعایت حقوق جمعی شده و با روحیات جامعه همسو شوند و ملزم گردند تا منافع فردی را به منافع عمومی ترجیح ندهند و خود باعث ایجاد هیجان‌ات نامعقول برای رسیدن به اهداف از طریق تماشاگران نشوند.



### نتیجه‌گیری

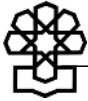
باشگاه‌داری ایران به صورت دولتی است و بیش‌تر توان این باشگاه‌ها در جهت تیم‌داری فوتبال معطوف شده است. درحالی که در کشورهای خارجی اصولاً باشگاه‌داری و تیم‌های فوتبال از طریق بخش خصوصی ایجاد شده و فعالیت می‌کنند.

تاکنون نظام باشگاه‌داری و تیم‌داری کشور به صورت ضابطه‌مند ایجاد و اداره نشده است تا امکان اعمال نظارت و اجرای تصمیمات فراهم شود و از طرفی احکام قانونی موجود باعث شده تا از اعتبارات دولتی برای این منظور هزینه شود و با وجود این قوانین امکان اعمال سیاست‌های کلی مقدور نیست.

اکثر جراید و رسانه‌ها نیز از این رهگذر بی‌نصیب نیستند و با رونق لیگ‌ها فوتبال و باشگاه‌داری دولتی بازار خبرسازی و خبررسانی آن‌ها پررونق بوده و کم‌تر به این نوع مسائل در جهت تغییرات می‌پردازند تا روشنگر شده و مسئولان را متوجه بیش‌تر مسائل باشگاه‌داری و تیم‌داری فوتبال کنند.

اصولاً پایه ورزش حرفه‌ای که اصلی‌ترین آن ورزش فوتبال است و مخاطبان زیادی دارد براساس یک تیم و روش مشخص بنا نشده است که خود باعث مشکلات فعلی شده و ضروری است تا مسئولان در این خصوص اقدامات لازم را به عمل آورند.

- به‌طور کلی ورزش به دلیل شرکت جوانان در فعالیت‌های اجتماعی و ارتقای سلامت مردم و سطح تعلیم و تربیت و نیز توسعه هنجارها و کسب مقامات بین‌المللی و همچنین ایجاد تقابل بین مردم و دولت، مورد توجه‌های دولت‌ها است و به همین دلیل در اکثر کشورها دولت‌ها در آن دخالت می‌کنند ولی درتصدی‌گری کم‌تر مشارکت دارند.



باشگاه‌های فوتبال هزینه‌های هنگفتی را متحمل می‌شوند که باید نسبت به کسب درآمد برای آن اقدام کنند. این درآمدها شامل حق پخش تلویزیونی، اسپانسرها فروش بلیت مسابقات، فروش وسایل و غیره است که متأسفانه در ایران با مشکلات خاصی برای کسب درآمد مواجه هستند که مهم‌ترین آن نبود حق پخش تلویزیونی است. ضمن آن‌که صدا و سیما کشور نیز دولتی است و اگر این درآمد از آن سلب شود با مشکل مواجه می‌شود.

درآمدهای کشورهای صاحب نام فوتبال از حق پخش تلویزیونی و نیز سایر درآمدها بسیار بالاست و در مقایسه با ایران نیازی به استفاده از امکانات دولتی ندارند.

حامیان مالی نقش بسیار مؤثری در حفظ و رشد بقای تیم‌های ورزشی فوتبال دارند و خود از این راه منابع فراوانی را نصیب خود می‌کنند. فوتبال برای این حامیان بسیار قابل توجه بوده و به همین دلیل کمک‌های زیادی را به تیم‌های فوتبال در کشورها می‌کند.

- هواداران و تماشاگران فوتبال نقش مهمی دارند و جامعه‌شناسان نسبت به اهمیت آنان و احساس وابستگی آنان نظرات مفیدی را ارائه داده‌اند. از سوی دیگر تیم‌های فوتبال از هواداران خود سود می‌برند که می‌توان به حمایت‌های اجتماعی و مالی و نیز خرید بلیت مسابقات و در نهایت ادامه حمایت آن‌ها اشاره داشت.

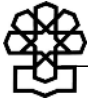
مقایسه درآمدهای فوتبال کشورهای اروپایی و ژاپن و نیز ایران، نشان دهنده اختلاف شدید درآمد است و ایران درآمد بسیار پایینی نسبت به آن کشورها از لیگ فوتبال دارد.

وضعیت فرهنگی و اخلاقی تماشاگران فوتبال در ورزشگاه‌ها به دلایل مختلف مناسب نیست و علی‌رغم تلاش مسئولان و باشگاه‌ها، تاکنون این نقیصه برطرف نشده است و ضروری است تا درخصوص فرهنگ‌سازی بنیادی با همکاری سایر دستگاه‌ها اقدام شود.



### پیشنهادها

۱. برای اجرای مناسب فعالیت‌های باشگاه‌های ورزشی و به تبع آن ورزش پرطرفدار فوتبال، ابتدا ضروری است که قوانین حرفه‌ای شدن ورزش تدوین و سپس در زمینه توسعه منطقی آن اقدام گردد.
۲. ضروری است تا تدوین و تصویب قانون برنامه پنجساله پنجم، تبصره‌ای در ذیل بند «ب» ماده (۱۱۷) قانون برنامه چهارم برای جلوگیری از ایجاد باشگاه‌های جدید ورزشی دولتی که بیشتر فعالیت‌های خود را صرف فوتبال می‌نمایند به تصویب برسد تا از محل یک درصد اعتبار دستگاه‌های اجرایی امکان توسعه بی‌رویه آن وجود نداشته باشد.
۳. الزام سازمان تربیت بدنی به شناسایی و معرفی و واگذاری ورزشگاه‌هایی که بتوان در جهت توسعه فوتبال از آن بهره‌برداری کرد، در جهت تشکیل باشگاه‌های خصوصی و حرفه‌ای به صورت طولانی‌مدت به بخش خصوصی.
۴. جبران زیان سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران ناشی از واگذاری حق پخش مسابقات فوتبال به باشگاه‌های ورزشی و در قبال واگذاری حق پخش تلویزیونی به باشگاه‌ها.
۵. واگذاری زمین و تسهیلات بلندمدت برای ترغیب بخش خصوصی در جهت ایجاد باشگاه‌های ورزشی با اولویت استان‌های محروم و رعایت تعاریف واقعی خصوص بودن باشگاه‌های ورزشی.
۶. تقویت و حمایت اتحادیه باشگاه‌های ورزشی از طریق سازمان تربیت بدنی به



منظور بررسی و امتیاز دهی برای ایجاد باشگاه‌ها و اعمال نظارت‌های صنفی مشابه با سایر کشورهای پیشرفته.

۷. ایجاد آکادمی فوتبال در جهت تربیت و آموزش و بازآموزی مربیان جوان در این رشته و خارج نمودن انحصاری مربیگری در فوتبال کشور با توجه به تعداد اندک آنان و نیز آشنایی با پیشرفته‌های علمی ورزشکاران از طریق فدراسیون فوتبال.
۸. توجه به مناطق محروم و ایجاد تمهیدات لازم برای کشف و جذب استعداد‌های فوتبال و هدایت آنان در جهت پشتوانه‌سازی و رفع کاستی‌های موجود.
۹. احیای مسابقات فوتبال محلات در شهرهای بزرگ و بین شهرستانی در استان‌های کشور.



شناسنامه گزارش

شماره مسلسل: ۸۶۲۸

عنوان گزارش: فوتبال در نظام باشگاه‌داری

Report Title: \_\_\_\_\_

نام دفتر: مطالعات فرهنگی (گروه جوانان و تربیت بدنی)

تهیه و تدوین: ابوالفضل خورشیدی

ناظر علمی: بهمن مشکینی

همکار: مهدی شهبازی

متقاضی: معاونت پژوهشی

ویراستار: \_\_\_\_\_

واژه‌های کلیدی و معادل انگلیسی آن‌ها:

۱. باشگاه ورزشی (Sport Clubs)

۲. قانون (Rull)

۳. ورزش حرفه‌ای (Professional Sport)

۴. خصوصی (Private)

منابع و مأخذ تهیه گزارش:

۱. قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی.

۲. قوانین بودجه سال‌های ۱۳۸۲ و ۱۳۸۳.

۳. سند راهبردی نظام جامع تربیت بدنی.

۴. سایر مستندات زیرنویس گزارش شده است.

تاریخ انتشار: ۱۳۸۶/۸/۷