

اردیبهشت ۱۴۰۱
مسلسل: ۱۸۲۲۳

شناسایی عوامل مؤثر بر رونق اقتصادی ورزش ایران و ارائه راهکارها





مرکز پژوهش‌ها
مجلس شورای اسلامی

شماره مسلسل: ۱۸۲۲۳

کد موضوعی: ۲۷۰

شناسنامه گزارش

عنوان گزارش: شناسایی عوامل مؤثر بر رونق اقتصادی ورزش ایران و ارائه راهکارها

نام دفتر: معاونت پژوهش‌های اجتماعی و فرهنگی، مطالعات فرهنگی و آموزش

تهیه و تدوین: مهدی مرادی

اظهار نظر کننده: افشین حیدرپور

همکار: لیلا صوفی‌زاده

ناظران علمی: موسی بیات، کمیل قیدرلو

ویراستار تخصصی: —

ویراستار ادبی: —

واژه‌های کلیدی:

۱. اقتصاد دانش‌بنیان

۲. اشتغال‌زایی

۳. رونق اقتصادی ورزش

۴. تولید ملی



تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۲/۳۱

به نام خدا

فهرست مطالب

۱.....	چکیده.....
۲.....	مقدمه.....
۴.....	آثار اقتصادی ورزش.....
۴.....	بررسی بازی‌های المپیک (۲۰۱۶) و جام جهانی فوتبال (۲۰۱۸) از بعد اقتصادی.....
۸.....	شناسایی عوامل مؤثر بر رونق اقتصادی ورزش ایران.....
۲۲.....	جمع‌بندی و پیشنهاد.....
۲۵.....	منابع و مآخذ.....



شناسایی عوامل مؤثر بر رونق اقتصادی ورزش ایران و ارائه راهکارها

چکیده

تولید یکی از مؤلفه‌های تعیین‌کننده در توسعه اقتصادی است و برای برون‌رفت از مشکلات اقتصادی باید این موضوع عملیاتی شود. از سوی دیگر، حمایت از تولید ملی مهم‌ترین مؤلفه برای کارآفرینی و بهبود وضعیت اقتصادی هر حوزه‌ای محسوب می‌شود. بنابراین در تمامی بخش‌های بزرگ و کوچک کشور از جمله حوزه ورزش نیز باید نسبت به طرح‌ها و برنامه‌هایی که هموارکننده مسیر رونق اقتصادی، توسعه تولید و کسب‌وکار خواهند بود، توجه مضاعفی شود.

جهت شناسایی عوامل مؤثر بر رونق اقتصادی ورزش ایران، ابتدا اسناد و مطالعات مختلف این حوزه بررسی شد و همچنین از آرای ۱۳ نفر از صاحب‌نظران، متخصصان و ذی‌نفعان حوزه اقتصاد ورزش که تجربه علمی و اجرایی لازم این حوزه را داشتند به صورت مصاحبه استفاده شد، در نهایت، به وسیله مصاحبه با همین تعداد نفر، اولویت‌بندی عوامل و زیرمقیاس‌های هر عامل انجام گرفت.

در این گزارش، عوامل مؤثر بر رونق اقتصادی ورزش کشور شناسایی شد و این عوامل شامل توسعه اقتصاد دانش‌بنیان در ورزش مبتنی بر فناوری روز دنیا، توجه به محیط قانونی و ساختاری اقتصاد ورزش، توجه به اسپانسرینگ و حمایت از محصولات ورزشی داخلی، ایجاد تسهیلات برای بخش خصوصی، سرمایه‌گذاری در حوزه ورزش همگانی، توسعه کمی و کیفی اماکن ورزشی، برنامه‌ریزی برای درآمدزایی از رویدادهای ورزشی، تحول در درآمدزایی باشگاه‌های ورزشی، توجه به عوامل مدیریتی در اقتصاد ورزش و توسعه متوازن ورزش‌های پایه، بانوان و آقایان است. از میان این ۱۰ عامل، «توسعه اقتصاد دانش‌بنیان در ورزش مبتنی بر فناوری روز دنیا» مهم‌ترین عامل بر رونق اقتصادی ورزش کشور است.

از سوی دیگر، راهکارهای سیاستی و عملیاتی در راستای رونق و جهش تولید در عرصه ورزش که برگرفته از کار کارشناسی و مصاحبه با صاحب‌نظران بوده است عبارتند از: مکانیسم تنوع مالی و استفاده از ابزارهای نوین تأمین مالی ورزشی مانند حق پخش رسانه‌ای، درآمدهای روز مسابقه و ...، ایجاد سهمی از تسهیلات مالی منابع ورودی به صندوق توسعه ملی موضوع ماده (۵۲) قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت (۲) برای طرح‌های بخش تولیدی و خدماتی ورزش کشور، مکلف شدن فدراسیون‌ها و هیئت‌ها و باشگاه‌های ورزشی به خرید اقلام و کالاهای ورزشی داخلی، ایجاد بستر مناسب برای استقرار تولیدکنندگان ورزشی در مجموعه‌های بزرگ ورزشی کشور جهت تسهیلگری در توزیع و مصرف کالاها،

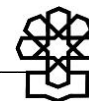
اقلام و محصولات تولید داخل، جلوگیری از واردات بی‌رویه کالاهای ورزشی خارجی که مشابه تولید داخلی دارد، کسب میزبانی رویدادهای بین‌المللی معتبر در رشته‌های پرطرفدار و رسانه‌ای، ایجاد معافیت‌های مالیاتی برای ورزشکاران و باشگاه‌های ورزشی که نسبت به احداث و استقرار مؤسسات ورزشی خیریه و عام‌المنفعه برای مناطق محروم اقدام می‌کنند، ممنوعیت تبلیغ اقلام، کالاها و برندهای خارجی عرصه ورزش در فضاها و اماکن عمومی، تشویق قهرمانان ورزشی کشور جهت ورود به عرصه تولید، تبلیغ و معرفی کالاها و اقلام ورزشی داخلی کشور.

مقدمه

نامگذاری سال ۱۳۹۸ با عنوان «رونق تولید»، سال ۱۳۹۹ با عنوان «جهش تولید»، سال ۱۴۰۰ با عنوان «تولید، پشتیبانی‌ها و مانع‌زدایی‌ها» و همچنین سال ۱۴۰۱ با عنوان «تولید، دانش‌بنیان و اشتغال‌آفرین» با وجود قرارگیری در تنگناهای اقتصادی، بیانگر ضرورت توجه به توان داخلی و بسیج عمومی برای عبور از مشکلات است. نامگذاری این ۴ سال با محوریت تولید، افق و تکلیف جدیدی پیش‌روی فعالان تولید و صنعت و همچنین اقشار مختلف مردم نهاده است.

با توجه به آنکه تولید یکی از مؤلفه‌های تعیین‌کننده در توسعه اقتصادی است، باید برای برون‌رفت از مشکلات اقتصادی، این موضوع عملیاتی شود. از سوی دیگر، حمایت از تولید ملی مهم‌ترین مؤلفه برای کارآفرینی و بهبود وضعیت اقتصادی هر حوزه‌ای محسوب می‌شود. بنابراین در تمامی بخش‌های بزرگ و کوچک کشور از جمله حوزه ورزش نیز باید نسبت به طرح‌ها و برنامه‌هایی که هموارکننده مسیر رونق اقتصادی و توسعه تولید خواهند بود، توجه مضاعفی شود.

یکی از بزرگ‌ترین مزایای رونق تولید در حوزه ورزش، فراهم شدن بستر لازم برای تأمین کالاها، محصولات، تجهیزات و لوازم ورزشی مورد نیاز است، محصولاتی که در سایه تولید آن، فرصت‌های متعددی برای اشتغال‌زایی و ایجاد کسب‌وکار فراهم می‌شود. قطعاً با حمایت مردم و مسئولان از تولید داخلی، بخش قابل‌توجهی از مشکلات اقتصادی حوزه کسب‌وکار و اشتغال در ورزش مرتفع می‌شود. از سوی دیگر، صنعت ورزش دارای تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم در بهبود و رشد وضعیت اقتصادی کشورها و افزایش تولید ناخالص داخلی^۱ و کاهش هزینه‌های بهداشتی - درمانی، کاهش آمار بزهکاری و... است؛ به طوری که سهم صنعت ورزش از تولید ناخالص داخلی (GDP) در برخی از کشورهای پیشرفته به بیش از ۲ درصد می‌رسد و جایگاه این صنعت در بین دیگر صنایع ارتقا یافته است. برای مثال در سال ۲۰۰۶ مقدار ۴۸/۱ میلیارد یورو فقط از ناحیه صنعت فوتبال به GDP آلمان اضافه شد. همچنین، آلمان هدف خود را از برگزاری مسابقات جام جهانی توسعه گردشگری بیان کرده بود.



ارزش مالی صنعت فوتبال کشور اسپانیا در سال ۲۰۰۲، معادل ۶۴/۴ میلیارد یورو بوده که تقریباً ۰/۹ درصد از GDP اسپانیا در سال ۲۰۰۲ را به خود اختصاص داده است، همچنین ۴۷ هزار شغل از صنعت فوتبال در این کشور به وجود آمده است. کشورهای کره جنوبی و ژاپن علی‌رغم آنکه تا قبل از برگزاری مسابقات جام جهانی فوتبال ۲۰۰۲ با رکود نسبی اقتصادی و کاهش درآمدهای ملی مواجه شده بودند، اما جهت برگزاری این دوره مسابقات حدود ۱۰ میلیارد دلار (حدود نیمی از درآمد آن سال ایران) برای احداث و نوسازی ورزشگاه‌ها، جاده‌ها، پل‌ها، هتل‌ها، مراکز تفریحی، اقامتی، توریستی و تأمین امنیت هزینه کردند. برگزاری این مسابقات، رکود نسبی حاکم بر اقتصاد ژاپن و کره جنوبی را از بین برد و رونق اقتصادی دوباره به این کشورها بازگشت. طبق برآورد دولت کره جنوبی، از شروع تا پایان برگزاری مسابقات در این کشور، از ورود تماشاگران و گردشگرهای طرفدار فوتبال گرفته تا فروش کالاها و غیره، بالغ بر ۲۰ میلیارد دلار (بیش از درآمد کشور ایران در آن سال) برای این کشور سود دربرداشته است.

به‌درستی، مسابقات جام جهانی همانند گذشته، سرعت توسعه اقتصادی کشورهای میزبان را تسریع کرده است. جام جهانی ۲۰۱۸، اقتصاد کشور روسیه را با بیش از ۲۰ میلیارد دلار تقویت کرد که بیش از ۱ درصد تولید ناخالص داخلی این کشور محسوب می‌شود. همچنین، تأثیر جام جهانی بر تولید ناخالص داخلی روسیه بین سال‌های ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۸، ۲۰ میلیارد دلار بود که معادل ۱/۱ درصد تولید ناخالص داخلی آن کشور است. دولت روسیه افزایش تولید ناخالص داخلی را برای مدت ۱۰ سال از ۲۰۱۳ تا ۲۰۲۳ بین ۲۶ و ۳۰/۸ میلیارد دلار آمریکا تخمین زده است. جام جهانی روسیه سالیانه ۳۱۵ هزار شغل در آن کشور ایجاد می‌کند و هنوز هم می‌تواند تا ۵ سال آینده بر اقتصاد روسیه تأثیر گذارد.

همچنین، بازی‌های المپیک به کشور برزیل کمک کرد تا رکوردهای گردشگری در سال ۲۰۱۶ را به‌دست آورد. کشور برزیل در طی ۱۲ ماه توانست از ۶/۶ میلیون گردشگر خارجی استقبال کند که این رقم ۴/۸ درصد افزایش نسبت به سال قبل را نشان می‌دهد. درآمد حاصل از گردشگری در سال ۲۰۱۶، کلاً ۶/۲ میلیارد دلار آمریکا بوده که نسبت به سال قبل ۶/۲ درصد رشد داشته است.

این درحالی است که سهم ورزش در تولید ناخالص داخلی کشورمان در سال‌های ۱۳۹۵، ۱۳۹۷ و ۱۳۹۹ به ترتیب ۰/۵، ۰/۸ و ۱/۱ ذکر شده است^{۱، ۲}.

تحولات گوناگون طی چند دهه اخیر به‌خصوص در بخش صنعت و فناوری، بر رابطه بین اقتصاد و ورزش تأثیر گذاشته است، چنانکه امروز حجم پول در گردش، در بخش صنعت اوقات فراغت به‌طور عام و در بخش ورزش به‌طور خاص، ورزش را به یکی از شیوه‌های کسب درآمد ملی و منطقه‌ای تبدیل کرده که چشم‌پوشی از آن امکان‌پذیر نیست؛ پس بی‌دلیل نیست که ورزش به‌عنوان صنعتی پرسود در بسیاری

۱. گزارش عملکرد قانون برنامه ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۳۹۷، جلد سوم: حوزه بخشی (۲)، ص ۵۱۴.

۲. اقدامات و دستاوردهای دولت تدبیر و امید، ۱۴۰۰-۱۳۹۲، جلد اول: بخش‌های سلامت، فرهنگی، اجتماعی، آموزشی، علوم و فناوری، ص ۲۳۷.

از کشورها مورد توجه واقع شده است و حامیان مالی بسیاری به سوی آن هجوم آورده‌اند. این درحالی است که به نظر می‌رسد سهم ورزش در رونق اقتصادی کشورمان و کسب و کارها و رشد اشتغال ناچیز بوده و لازم است در راستای ارتقای نقش صنعت ورزش در رونق اقتصادی کشور بازنگری اساسی صورت پذیرد. لذا این گزارش به دنبال ارائه راهکارهایی در راستای رونق اقتصادی ورزش کشور است.

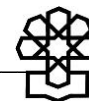
آثار اقتصادی ورزش

شاید نتوان به سادگی آثار گسترده ورزش را که به صورت فزاینده‌ای بر ابعاد مختلف فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی جامعه تأثیرگذار است، برشمرد. ایجاد اشتغال، بهبود سلامت (کاهش هزینه‌های درمان)، افزایش غرور ملی، افزایش به‌زیستی (کیفیت زندگی)، کاهش میزان جرم و جنایات و بزهکاری، کاهش مصرف موادمخدر و سیگار، افزایش امید به زندگی، رشد اقتصاد منطقه‌ای و بهبود چهره کشورها در عرصه بین‌المللی و جهانی از جمله تأثیراتی است که ورزش در جامعه بر جای خواهد گذاشت. در این راستا، نقش اقتصادی ورزش را می‌توان در دو گروه تأثیرات اقتصادی مستقیم و غیرمستقیم تقسیم کرد. در بررسی تأثیرات اقتصادی مستقیم، به ورزش به‌عنوان تفریح و یا فعالیت جسمانی نگریسته می‌شود. بدین ترتیب، آثاری همچون تولید کالاها و خدمات ورزشی، صادرات و واردات، کاهش هزینه‌های خانوار، ایجاد اماکن و تسهیلات، تبلیغات، پوشش رسانه‌ای، اشتغال و جذب گردشگر و حامیان مالی را در پی خواهد داشت. آثار اقتصادی غیرمستقیم ورزش نیز سبب ارتقای سلامتی و کاهش هزینه‌های درمان و به تبع آن، توسعه برنامه‌های ملی و نیروی کار می‌گردد و در کاهش هزینه‌های درمانی خانوار و دولت دخالت اساسی دارد. همچنین، این امر موجب کاهش غیبت کارکنان و افزایش عملکرد و بهره‌وری آنها می‌شود.^۱

بررسی بازی‌های المپیک (۲۰۱۶) و جام جهانی فوتبال (۲۰۱۸) از بعد اقتصادی

رویدادهای بزرگی چون بازی‌های المپیک و جام جهانی فوتبال با توجه به تعداد روزهای برگزاری و حجم کشورها و هواداران به ایجاد زیرساخت‌های متعدد مرتبط در کشورهای میزبان رویداد منجر می‌شود که این امر در یک تا دو دهه بر اقتصاد آن کشور تأثیر مثبتی می‌گذارد. بنابراین با توجه به اینکه المپیک ۲۰۲۰ توکیو به دلیل همه‌گیری بیماری کرونا در شرایط خاص و بدون حضور هواداران، تماشاگران و گردشگران ورزشی برگزار شد دستاوردهای اقتصادی بازی‌های المپیک ۲۰۱۶ ریو و جام جهانی فوتبال ۲۰۱۸ روسیه بررسی می‌شود.

۱. مازیار کلاشی و سیدعماد حسینی و محمدهادی رحابی، اثر مخارج ورزشی دولت و خانوار بر تولید ناخالص داخلی در ایران، نشریه مطالعات مدیریت ورزشی، ش ۲۸، مهر و آبان ۱۳۹۵، صص ۱۸۲-۱۶۵.



آثار و پیامدهای اقتصادی میزبانی جام جهانی ۲۰۱۸ بر کشور روسیه^۱

- به همان اندازه که جام جهانی فوتبال یک رویداد ورزشی است، رویدادی اقتصادی نیز قلمداد می‌شود. از این منظر می‌توان به ساخت استادیوم‌ها و پایانه‌های جدید فرودگاه تا ساخت و نوسازی مسکن و زیرساخت‌های پزشکی اشاره کرد. کل هزینه‌های دولت روسیه برای جام جهانی فوتبال ۲۰۱۸ حدود ۱۱ میلیارد دلار بود. از این تعداد ۴/۲۲ میلیارد دلار برای ساخت زیرساخت‌های ورزشی، ۳/۶۳ میلیارد دلار برای بهبود امکانات حمل‌ونقل در داخل و اطراف سالن‌های مسابقه در روسیه و ۱/۱۸ میلیارد دلار برای زیرساخت‌های پشتیبانی هزینه شده است. سایر هزینه‌های عملیاتی ۱/۸۵ میلیارد دلار بود.
- هزینه زیرساخت‌های ورزشی شامل ساخت ۱۲ ورزشگاه در ۱۱ شهر روسیه با هزینه ۴/۲ میلیارد دلار بود. این ۱۲ استادیوم، ظرفیت صندلی کلی ۵۵۰۰۰۰ نفر را داشتند و در مسکو، سن‌پترزبورگ، سوچی، قازان، سارانسک، کالینینگراد، ولگاگراد، روستوف روی‌دان، نیژنی نووگورود، یکاترینبورگ و سامارا ساخته شدند. همچنین، ۹۶ سایت آموزشی با ظرفیت ۱۶۰۰۰ کودک و نوجوان در سراسر کشور برای استفاده از آن در خارج از مسابقات جام جهانی ایجاد شد.
- کشور روسیه روی زیرساخت‌های حمل‌ونقل و تجهیزات خود بسیار هزینه کرد. هزینه زیرساخت حمل‌ونقل هوایی ۱/۹ میلیارد دلار و شامل ۱۱ فرودگاه و پایانه جدید بود. هزینه‌های زیرساخت حمل‌ونقل و بهره‌برداری شامل سه ایستگاه جدید مترو و ۱۲ جاده و معابر جدید بود. ۲۰ پایانه راه‌آهن و ایستگاه نیز بازسازی و بهسازی شده و ۱۷۸ کیلومتر راه احداث یا بهسازی شده بود.
- بودجه اختصاص یافته برای ساخت و ساز و نوسازی مسکن و زیرساخت‌های پزشکی در حدود ۱/۱۸ میلیارد دلار بود. همچنین، ۱۳ بیمارستان مرمت و بازسازی شده‌اند. به همین ترتیب، ۲۹ تأسیسات آب و برق و ۱۲ نیروگاه ساخته یا بهسازی شدند. ۲۷ هتل جدید با توجه به افزایش ورود گردشگرها در جام جهانی فوتبال، ساخته شد. ده پروژه آبرسانی و فاضلاب احداث و بهسازی شد و همچنین چهار پروژه ارتقای سیستم فاضلاب زیرساختی نیز اجرا شد. بیش از ۸۰۰ هکتار پارک و مناطق سبز در چندین مکان مختلف توسعه یافت. تقریباً ۱/۱۸ میلیارد دلار برای ساخت و ساز و نوسازی مسکن و زیرساخت‌های پزشکی و سیستم‌های انرژی سرمایه‌گذاری شد. این مخارج صورت گرفته دارای آثار بلندمدت است و فراتر از جام جهانی به اقتصاد روسیه افزوده است.
- میزان ورود گردشگر در مسابقات جام جهانی ۲۰۱۸ رشد چشمگیری داشته است. در طول ژوئن و ژوئیه، ۵۷۰ هزار گردشگر بین‌المللی به روسیه پرواز کردند. تأثیر اقتصادی بیشتر زمانی برای خرده‌فروشان، رستوران‌ها و هتل‌ها مشهود بود که نزدیک به ۷۰۰ هزار روسی به عنوان تماشاگر مسابقات شرکت کردند. به نظر می‌رسد که طرفداران بازدیدکننده می‌توانند به‌طور متوسط از ۵۰۰۰ تا ۸۰۰۰ دلار

1. <https://www.instarem.com/blog/the-economics-of-the-fifa-world-cup-2018-in-russia/>

هزینه کنند و ۲/۵ تا ۴ میلیارد دلار در مصرف کمک کنند. همچنین تخمین زده می‌شود که کشورهای که میزبان برخی از رویدادها هستند، از افزایش گردشگر تقریباً ۲۵ درصدی در سال بعد برخوردار شوند.

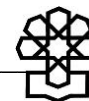
- ایجاد مشاغل اضافی نیز یکی از مهم‌ترین عواملی بود که اقتصاد روسیه را تحت تأثیر قرار داد. سالیانه حدود ۲۲۰ هزار شغل ایجاد شده و حفظ می‌شود که در طول آماده‌سازی و میزبانی جام جهانی منجر به افزایش درآمدهای شخصی ۶/۵۹ میلیارد دلاری در خانوارهای روسی شد. همچنین افزایش اشتغال موقت در بخش‌هایی مانند خدمات، حمل‌ونقل و تجارت نیز مشاهده شد.

- براساس داده‌های دولت روسیه، ۲۱۰ هزار روسی مهارت‌های دیگری در تهیه و میزبانی مسابقات بزرگ کسب کرده‌اند. از این تعداد، ۷۹ هزار نفر مهارت خود را در بخش ساخت و ساز ارتقا داده‌اند، ۳۸ هزار نفر مهارت خود را در صنعت مهمان‌نوازی ارتقا داده‌اند، ۱۸ هزار نفر در بخش حمل‌ونقل و ارتباطات فرصت‌های جدیدی یافتند، ۱۸ هزار نفر مهارت‌های خود را در زمینه خدمات شهری، اجتماعی و شخصی ارتقا داده و ۵۲ هزار نفر داوطلب شدند. حدود ۵ هزار نفر از کارمندان دولت در حوزه آموزش و کارکردهای امنیتی مشغول بودند.

- بزرگ‌ترین رویداد ورزشی دنیا به‌عنوان یک پدیده تجاری بزرگ نیز ظاهر شد. به‌درستی مسابقات جام جهانی همانند گذشته، سرعت توسعه اقتصادی کشورهای میزبان را تسریع کرده است. دولت روسیه همچنین افزایش تولید ناخالص داخلی را برای مدت ۱۰ سال از ۲۰۱۳ تا ۲۰۲۳ بین ۲۶ و ۳۰/۸ میلیارد دلار آمریکا تخمین زده است.

- جام جهانی ۲۰۱۸، اقتصاد کشور روسیه را با بیش از ۲۰ میلیارد دلار تقویت کرد که بیش از ۱ درصد تولید ناخالص داخلی این کشور (تولید ناخالص داخلی) محسوب می‌شود. همچنین، تأثیر جام جهانی بر تولید ناخالص داخلی روسیه بین سال‌های ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۸، ۲۰ میلیارد دلار بود که معادل ۱/۱ درصد تولید ناخالص داخلی آن کشور است. جام جهانی ۲۰۱۸، سالیانه ۳۱۵ هزار شغل در کشور روسیه ایجاد می‌کند و هنوز هم می‌تواند تا ۵ سال آینده بر اقتصاد آن کشور تأثیر گذارد.

- سرمایه‌گذاری‌های گسترده در زیرساخت‌ها معمولاً تأثیرات گسترده‌ای دارند. سهم واقعی جام جهانی فوتبال در اقتصاد روسیه ممکن است بسیار مهم‌تر از آنچه باشد که هم اکنون قابل مشاهده است و قطع به یقین در بلندمدت محقق خواهد شد. همان‌طور که گزارش دولت روسیه بیان می‌کند، جام جهانی میراثی عظیم، ملموس و نامشهود از خود به‌جا می‌گذارد و این به نفع نسل‌های آینده روسیه خواهد بود.



– آثار و پیامدهای اقتصادی میزبانی المپیک ۲۰۱۶ بر کشور برزیل^۱

- المپیک ۲۰۱۶، موجب ایجاد ۷۰ هتل و اقامتگاه جدید در ریو شد و ۵ میلیارد رآل^۲ برزیلی (واحد پول برزیل) را در صنعت گردشگری سرمایه‌گذاری کرده است.
- ساخت هتل‌ها و سایر زیرساخت‌ها برای بازی‌ها موجب ایجاد فرصت‌های آموزش و اشتغال و همچنین به‌کارگیری حدود ۱۶،۰۰۰ نفر در ساختمان‌ها و اقامتگاه‌های جدید شد.
- بازی‌های المپیک به کشور برزیل کمک کرد تا رکوردهای گردشگری در سال ۲۰۱۶ را به‌دست آورد. کشور برزیل در طی ۱۲ ماه از ۶/۶ میلیون گردشگر خارجی استقبال کرد که این رقم ۴/۸ درصد افزایش نسبت به سال قبل را نشان می‌دهد. درآمد حاصل از گردشگری این کشور در سال ۲۰۱۶، جمعاً ۶/۲ میلیارد دلار آمریکا بوده که نسبت به سال قبل ۶/۲ درصد رشد داشته است.
- ریو ۲۰۱۶ و «اتحادیه تجاری کوچک برزیل»، با هم تفاهم کردند که با به‌روز کردن گواهینامه‌ها و صلاحیت‌های خود، به شرکت‌های کوچک و متوسط کمک کنند تا در قراردادهای تأمین‌کننده درخواست داده و برنده شوند. هدف «اتحادیه تجاری کوچک برزیل» ایجاد ۳۰۰ میلیون رآل برزیلی درآمد برای شرکت‌های کوچک و متوسط از طریق قراردادهای مستقیم با ریو ۲۰۱۶ بود. این هدف با تولید ۳۹۰ میلیون رآل برزیلی درآمدی برای بنگاه‌های اقتصادی از طریق ۴۸۸۰ قرارداد مستقیم پیش‌بینی شد. علاوه بر این، بیش از ۱۳ هزار شرکت کوچک و متوسط در برنامه‌های آموزشی و خدمات کارگزاری شرکت کرده‌اند که به آنها فرصت داده‌اند تا در مناقصه‌های سایر تأمین‌کنندگان ریو ۲۰۱۶، شرکت کنند.
- ۸۲ درصد از رشد اقتصادی محلی ریو اختصاص به اشتغال‌زایی داشت. میزان درآمد هرم اجتماعی پایه شهر ریو، بیشتر از دوره قبل از المپیک، افزایش یافت. درآمد ۵ درصد از فقیرترین افراد ریو، افزایش ۲۹/۳ درصدی داشته است و در مقابل درآمد ۵ درصد از ثروتمندترین افراد ریو، ۱۹/۹۶ درصد رشد داشته است.
- بررسی خدمات پیش از اعلام دوره بازی‌های المپیک (۱۹۹۲-۲۰۰۸) را با دوره پس از اعلام بازی‌ها (۲۰۰۹-۲۰۱۶) که مقایسه می‌کنیم، می‌توان گفت که هفت سال قبل از بازی‌ها در زمینه‌هایی مانند خدمات عمومی، آموزش، بهداشت و توسعه اجتماعی پیشرفت بیشتری نسبت به دوره قبل داشته است.
- برای هر رآل برزیلی که در امکانات ورزشی سرمایه‌گذاری شده است، ۵ رآل برزیلی دیگری نیز در پروژه‌های میراث سرمایه‌گذاری شده است که به بهبود کیفیت زندگی افراد، فراتر از بازی‌ها کمک می‌کند.

1. <https://www.olympic.org/news/olympic-games-rio-2016-economic-legacy>

۲. یک دلار آمریکا = ۴/۶۵ رآل برزیل.

شناسایی عوامل مؤثر بر رونق اقتصادی ورزش ایران

جهت شناسایی عوامل مؤثر بر رونق اقتصادی ورزش ایران، ابتدا اسناد و مطالعات مختلف این حوزه بررسی شد و همچنین از آرای ۱۳ نفر از صاحب‌نظران، متخصصان و ذی‌نفعان حوزه اقتصاد ورزش که تجربه علمی و اجرایی لازم این حوزه را داشتند به صورت مصاحبه استفاده شد، در نهایت، به وسیله مصاحبه با همین تعداد نفر، اولویت‌بندی عوامل و زیرمقیاس‌های هر عامل انجام گرفت. یافته‌های این مطالعه کیفی در جدول ۱ قابل مشاهده است.

جدول. رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر رونق اقتصادی ورزش ایران

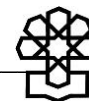
رتبه	عوامل	امتیاز (از ۹)
۱	توسعه اقتصاد دانش‌بنیان در ورزش مبتنی بر فناوری و تکنولوژی روز دنیا	۸/۷۵
۲	توجه به محیط قانونی و ساختاری اقتصاد ورزش	۸/۵۰
۳	توجه به اسپانسرینگ و حمایت از محصولات ورزشی داخلی	۸/۲۵
۴	ایجاد تسهیلات برای بخش خصوصی‌سازی ورزش	۸/۰۰
۵	سرمایه‌گذاری در حوزه ورزش همگانی	۷/۵۰
۶	توسعه کمی و کیفی اماکن ورزشی	۷/۰۰
۷	برنامه‌ریزی برای درآمدزایی از رویدادهای ورزشی	۶/۷۵
۸	تحول در درآمدزایی باشگاه‌های ورزشی	۶/۵۰
۹	توجه به عوامل مدیریتی در اقتصاد ورزش	۶/۲۵
۱۰	توسعه متوازن ورزش‌های پایه، بانوان و آقایان	۶/۰۰

از دیدگاه صاحب‌نظران امر، عامل «توسعه اقتصاد دانش‌بنیان در ورزش مبتنی بر فناوری و تکنولوژی روز دنیا»، بالاترین رتبه و عامل «توسعه متوازن ورزش‌های پایه، بانوان و آقایان» پایین‌ترین رتبه را در بین عوامل مؤثر بر رونق اقتصادی ورزش ایران را به خود اختصاص دادند.

۱. توسعه اقتصاد دانش‌بنیان در ورزش مبتنی بر فناوری و تکنولوژی روز دنیا

توسعه اقتصاد دانش‌بنیان در ورزش مبتنی بر فناوری و تکنولوژی روز دنیا عامل مهمی است که بر رونق اقتصادی ورزش کشور مؤثر است. کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) در اقتصاد به منزله نیروی محرکه تلقی می‌شود و بسترهای فناوری اطلاعات و ارتباطات با از میان برداشتن موانع دسترسی به دانش، زمینه‌های اقتصاد دانش‌بنیان را فراهم می‌کند.

اقتصاد دانش‌بنیان، اقتصادی است که کاربرد دانش و اطلاعات در آن اهمیت بالایی داشته و تولید و توزیع، مبتنی بر آن شکل گرفته و سرمایه‌گذاری در صنایع با محوریت دانش، مورد توجه خاصی قرار گرفته است. سرمایه‌گذاری در دانش نیز عبارت است از مجموع هزینه‌های انجام شده در واحدهای تحقیق



و توسعه و هر هزینه‌ای که بابت فعالیت‌های ارتقای دانش انجام گیرد. با این تعریف، صنایع دانش‌بنیان نیز صناعی هستند که در آنها سطح بالایی سرمایه‌گذاری در نوآوری و ابداعات جدید صورت گرفته است.^۱

آنچه مبرهن است، اقتصاد دانش‌بنیان، اقتصادی نیست که در آن صرفاً از فناوری‌های سطح بالا استفاده شود، بلکه اقتصادی که در آن، تمامی کسب‌وکارها و صنایع به فراخور نیاز خود، از توزیع و کاربرد دانش در پیشبرد اهداف خود بهره می‌برند. با این تفاسیر، چنانچه در صنعت ورزش کشور اقتصاد دانش‌بنیان حاکم شود، در آن سطح بالایی سرمایه‌گذاری در نوآوری و ابداعات جدید صورت خواهد گرفت و بدین ترتیب می‌توان از خروجی‌ها و منافع آن در آینده‌ای نزدیک بهره جست، ولی باید توجه داشت که شکوفایی و رشد اقتصاد دانش‌بنیان در ورزش در صورتی می‌تواند محقق شود که چارچوب‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و قانونی ورزش در یک کشور دارای بسترهای لازم جهت تحقق شاخص‌های مورد نیاز اقتصاد دانش‌بنیان باشد. محیط باز برای تجارت و سرمایه‌گذاری، انگیزه‌های نوآوری و تحقق فناوری از جمله این شاخص‌هاست.

در رابطه با این شاخص‌ها می‌توان بیان داشت که یکی از راهکارهای توسعه اقتصاد دانش‌بنیان در ورزش کشور را حرکت فزاینده به سوی خصوصی‌سازی ورزش تشکیل می‌دهد. در صورت فراهم شدن بستر خصوصی‌سازی است که می‌توان محیطی باز برای تجارت و سرمایه‌گذاری در ورزش کشور فراهم نمود (صوفی‌زاده، ۱۳۹۶). همچنین، باید با فراهم نمودن انگیزه‌های نوآوری و تحقق فناوری در ورزش کشور، زمینه ارتقای اقتصاد دانش‌بنیان را فراهم کرد.

امروزه با نگاهی به پیشرفت‌های فناورانه در ورزش دنیا می‌توان تأثیرات این پیشرفت‌ها را بر اقتصاد ورزش مشاهده کرد. استفاده از فیلمبرداری‌های پیشرفته و چندوجهی از مسابقات ورزشی، ساخت و اداره ورزشگاه‌های پیشرفته و نوآورانه و استفاده از نوآوری‌هایی چون ویدئوچک و فناوری عبور توپ از خط دروازه‌ها را می‌توان نمونه‌هایی از پیشرفت فناوری در ورزش دانست که این عوامل موجبات جذب حداکثری مخاطبان به صنعت ورزش را فراهم نموده است.

به‌منظور توسعه اقتصاد دانش‌بنیان در ورزش کشور ضروری به‌نظر می‌رسد که به ارتباط بدنه ورزش با دانشگاه‌ها و مدارس و رسانه‌ها توجه شود. همچنین، توجه به آموزش کاربردی فارغ‌التحصیلان علوم ورزشی در دانشگاه‌ها، توجه به پارک‌های فناوری ورزشی، ایجاد قطب‌های علمی ورزش، اشاعه اقتصاد دانش‌بنیان در ورزش، توجه رسانه‌ها به اقتصاد ورزشی، حمایت از ایده‌های ورزشی، تلاش برای تبدیل ایده‌های ورزشی به محصولات، راه‌اندازی نشریات علمی ورزش و اقتصاد، توجه به پیوند ورزش و دانشگاه، کمک به دانشکده‌های

1. <https://www.sena.ir/news/45350>

ورزشی از طریق دولت، حمایت از تولیدات علمی ورزش و اقتصاد و استفاده از علوم جدید در ورزش می‌تواند راهکارهای مناسبی برای توسعه اقتصاد دانش‌بنیان در ورزش محسوب شوند. از سوی دیگر، سهم خدمات دانش‌بنیان و صنایع مبتنی بر فناوری‌های پیشرفته در تولید ناخالص داخلی بسیاری از کشورها رو به افزایش است. ورود عنصر دانش و فناوری در تابع تولید به معنای افزایش چشمگیر بازدهی‌هاست و غفلت از اهمیت روزافزون فناوری در توسعه اقتصادی، شکاف میان کشورهای پیشرو و عقب‌مانده‌تر را به صورت تصاعدی افزایش می‌دهد. تحولات فناورانه، خود سبب بروز موانع نهادی می‌شود. همچنین نتایج مثبت مشاهده شده در کشورهایی که رشد اقتصادی را تجربه کرده‌اند حاصل برنامه‌های سیاستی اثربخش با در نظر گرفتن عناصر مختلف تحلیل نهادی‌اند.

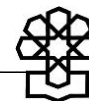
بنابراین، در کشورهای در حال توسعه نظیر کشورمان ایران که غالباً ضعف نهادها مشاهده می‌شود، لازم است بخش مهمی از سیاست‌های دولت با توجه به الزامات نهادی و با هدف ایجاد یا تقویت نهادهای مورد نیاز تدوین شود، زیرا رشد اقتصادی در بلندمدت علاوه بر توسعه همزمان فناوری‌ها، نیازمند نهادهای پشتیبان و تنظیم‌کننده آنهاست. در اینجا است که برای توسعه اقتصاد و اشتغال کشور با استفاده از صنعت ورزش باید روش‌های نوین کسب و کار به کار گرفته شود و برای ایجاد کسب و کار، نهادسازی صورت پذیرد. همچنین باید توجه داشت که امروزه بازاریابی به روش‌های سنتی پاسخگو نیست و توجه به ارتباط بدنه ورزش با آژانس‌های بازاریابی و متخصصان امر، ضروری است.

علاوه بر آن، استفاده از فناوری‌های پیشرفته امروزی مانند وب‌سایت و فناوری موبایل برای سازمان‌های ورزشی امری ضروری به نظر می‌رسد. امروزه بسیاری از باشگاه‌های معتبر ورزشی با استفاده از وب‌سایت‌های خود اقدام به درآمدزایی از روش‌هایی نظیر بلیت‌فروشی، فروش لوازم و البسه باشگاه، فروش فیلم‌های تمرینات و مسابقات باشگاه و ... می‌کنند و به این طریق، بخش قابل توجهی از درآمدهای باشگاه را تأمین می‌کنند.

۲. توجه به محیط قانونی و ساختاری اقتصاد ورزش

توجه به محیط قانونی و ساختاری اقتصاد ورزش نیز به نوبه خود می‌تواند اقتصاد و اشتغال کشور را تحت تأثیر قرار دهد. نگرانی اصلی تحلیلگران و مدیران سازمان‌ها، دستگاه‌ها و شرکت‌ها شناخت ماهیت تغییرات و اجرای راهبردهایی اثربخش برای برخورد با چالش‌های نوین است. چالش‌هایی که راهکارهای سنتی و تجربیات گذشته پاسخگوی آنها نیست.

یکی از چالش‌هایی که مدیران با آن روبه‌رو هستند رخدادهای محیطی است و محیطی که شامل متغیرهای اقتصادی، سیاسی و فناورانه و اجتماعی بوده و بر عملکرد شرکت‌ها و سازمان‌ها تأثیر گذاشته



است و لذا مدیران باید به تجزیه و تحلیل و ارزیابی نظام‌مند و مستمر آن پرداخته و اطلاعات به‌دست‌آمده را به‌جای خود مورد استفاده قرار دهند.

امروزه مدیران برای برخورداری اثربخشی با این‌گونه چالش‌ها که بر توانایی سازمان‌هایشان برای کسب سود و توسعه فعالیت‌ها تأثیر می‌گذارد، فرایند مدیریت راهبردی را مورد توجه قرار داده‌اند. آنها بر این باورند که فرایند مذکور به بهینه کردن موفقیت سازمان در محیط رقابت کمک می‌نماید و این توانایی را دارد که تغییرات و دگرگونی‌ها را دقیق‌تر پیش‌بینی نموده و آمادگی سازمان را در مقابل رویدادها و رخدادهای غیرقابل انتظار داخلی و خارجی افزایش دهد. دنیای ورزش نیز از این قاعده مستثنا نیست و به‌نظر می‌رسد که مدیران آن، برای بهبود بهره‌وری سازمان‌های خود، لازم است که مدیریت راهبردی را در سازمان خود مستقر سازند.

مدیران از طریق مدیریت راهبردی می‌توانند به محیط سیاسی، اقتصادی و اجتماعی سازمان خود توجه بیشتری نمایند و با شناسایی نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات پیش‌روی سازمان، برنامه‌های صحیحی برای آن در نظر گیرند. در راستای همین مدیریت راهبردی و نیز توجه به محیط قانونی و اقتصادی ورزش کشور است که مدیران ورزشی باید به بودجه ورزش کشور، بدنه ورزش و ارتباط با خیرین و واقفین و درآمدزایی از وقوفات و بخشش‌ها در جهت تصمیم‌گیری‌های صحیح مدیریتی توجه نمایند.

از جمله عواملی که در محیط ساختاری و اقتصادی ورزش کشور باید مورد توجه قرار گیرد می‌توان به ارتقای ساختاری اقتصاد ورزش، ایجاد قوانین حمایتی برای توسعه اقتصادی ورزش، حق پخش تلویزیونی مسابقات، تدوین قوانین حمایتی سرمایه‌گذاری خارجی، توجه به تدوین آیین‌نامه مشاغل حوزه ورزش، شناسایی مشاغل حوزه ورزش و تشکیل کمیته صیانت از مشاغل حوزه ورزش اشاره کرد.

۳. توجه به اسپانسرینگ^۱ (حامی مالی) و حمایت از محصولات ورزشی داخلی

به‌نظر می‌رسد که توجه به اسپانسرینگ و حمایت از محصولات ورزشی داخلی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار باشد. یکی از متداول‌ترین راه‌های کسب درآمد و پوشش‌دهی هزینه‌ها توسط باشگاه‌های ورزشی، کسب حامی و اسپانسرهای مالی است. باشگاه‌ها با جذب حامی مالی، موقعیت‌های تبلیغاتی به‌وجود آمده توسط

۱. اسپانسر در فرهنگ لغت معین به‌معنای سرمایه‌گذار، متعهد و ضامن، برپاکننده، بانی، حمایت‌کننده مالی در کارهای فرهنگی و هنری و ورزشی و... است.
اسپانسرینگ به‌معنای حمایت مالی از فعالیت‌های مختلف است. اگرچه اسپانسرینگ نوعی بازاریابی است، اما با تبلیغات که سعی می‌کند با به اشتراک گذاشتن پیام‌های خاص درباره یک محصول یا شرکت، مشتریان را ترغیب به خرید کند، متفاوت است (امیری و همکاران، ۲۰۱۰).

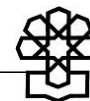
Ameri M, Moharamzade M, Bashiri M, Hamdollah H. "Examining the elements of financial support from the elements of sports marketing". *jo*. (2010); Vol52(4) page111-138. (Persian In)

خود را به شرکت‌ها و تاجران بزرگ ارائه می‌دهند و در عوض منبعی برای پوشش هزینه‌های خود فراهم می‌سازند. یک باشگاه ورزشی می‌تواند به تعداد دلخواه، حامی و اسپانسر جذب کند، اما معمولاً باشگاه‌ها فقط یک حامی اصلی و چند حامی جزء دارند.

برای مثال باشگاه بزرگی مانند بایرن مونیخ آلمان دارای یک حامی اصلی (شرکت مخابرات آلمان) و دو حامی به اصطلاح تجهیزاتی (شرکت آدیداس و نایک) و هفده حامی دیگر شامل شرکت‌های آلیانز، آئودی، کوکاکولا، لوفت‌هانزا، زیمنس و ... است. حامیان مالی، هزینه‌های اصلی و تجهیزاتی باشگاه‌ها را به‌عهده می‌گیرند. البته روش معامله حامی و باشگاه می‌تواند بسیار متفاوت و توافقی باشد که در کشورهای پیشرفته و صاحب فوتبال، قوانینی برای این نوع معاملات وجود دارد. برخی از حامیان برای مثال متعهد می‌گردند که استادیومی را برای باشگاه فراهم سازند. برخی دیگر با ارائه مبالغ بالا برای مدتی مشخص به باشگاه از نظر مالی کمک می‌کنند. برخی دیگر نیز تجهیزات و امکانات ورزشی و رفاهی را به باشگاه ارائه می‌دهند و در این بین، شرکت‌های سرمایه‌گذار با تبلیغات ایجاد شده سودهای سرشاری را برای خود به ارمغان می‌آورند.

کشور ما هم در سال‌های اخیر و پس از حرفه‌ای شدن لیگ‌ها و تورنمنت‌های ملی، خوشبختانه کمی جدی‌تر به این مسئله توجه کرده است. امروزه اکثر باشگاه‌های حرفه‌ای و قدیمی در کشور با وجود مشکلات فراوانی که دارند دارای حامیان مالی هستند. شرکت‌ها، تجار و صنایع بزرگ نیز به این شناخت دست یافته‌اند که با سرمایه‌گذاری در بخش ورزش می‌توانند هم به ورزش و سلامت کشور کمک کنند و هم از موقعیت‌های تجاری به‌وجود آمده بهره‌گیرند.

نکته‌ای که در این بین باید بدان توجه شود، توجه به اسپانسرینگ و حمایت از محصولات ورزشی داخلی است، زیرا که با این کار اولاً شرکت‌ها و تولیدکنندگان محصولات ورزشی داخلی می‌توانند چرخ اقتصادی خود را بچرخانند و از این طریق حتی می‌توانند میزان اشتغال‌زایی را افزایش دهند، ثانیاً اسپانسرینگ شرکت‌های داخلی می‌تواند زمینه معروفیت و نیز فروش بیشتر محصولات داخلی را فراهم آورد که این موضوع نیز بر اقتصاد کشور تأثیرات مثبتی خواهد داشت. بدین منظور، باید سازمان‌های ورزشی به‌ویژه باشگاه‌های ورزشی فرصت‌های خلاقانه و نوآورانه در ورزش را ایجاد نموده و به رشد برندهای ورزشی داخلی کمک نمایند. همچنین، تعامل و ارتباط جامعه علمی و بدنه اجرایی ورزش به‌کارگیری توأمان تجربه و دانش در مدیریت ورزش کشور، توجه به تولید تجهیزات ورزشی، توسعه سخت‌افزاری ورزش، توجه به اسپانسرینگ در ورزش، استفاده از برند باشگاه‌های ورزشی در شبکه‌های اجتماعی و درنهایت توجه به درآمدزایی از فروش کالاها با نشان تیم‌های ورزشی می‌تواند زمینه بهبود اقتصاد ورزش و اشتغال‌زایی را در کشور فراهم نماید.



۴. ایجاد تسهیلات برای بخش خصوصی سازی ورزش

یکی از راه‌هایی که برای غلبه بر مشکلات بخش عمومی پیشنهاد شده و به صورت گسترده طرفدار پیدا کرده، واگذاری کارها به بخش خصوصی است؛ به این ترتیب، دولت‌ها خصوصی سازی خدمات و بنگاه‌های دولتی و مشارکت مردم در اجرای امور را از ابزارهای مهم توسعه شناخته و در اغلب موارد اجرا نموده‌اند. خصوصی سازی در شکل ظاهری عبارت است از فرایندی که طی آن وظایف و تأسیسات بخش دولتی به بخش خصوصی انتقال داده می‌شود، اما خصوصی سازی در حقیقت به اشاعه فرهنگی در کلیه سطوح جامعه اطلاق می‌شود که دستگاه قانونگذاری، قوه قضائیه، قوه مجریه و تمامی آحاد یک کشور باور نمایند که «کار مردم» را باید به «مردم» واگذار نمود.^۱ بنابراین تا زمانی که تعبیر فوق از خصوصی سازی به یک باور اجتماعی - سیاسی در جامعه تبدیل نشود، به فرض آنکه خصوصی سازی در شکل ظاهری خود محقق گردد، هیچ تضمینی برای استمرار و پایداری آن وجود نخواهد داشت. حال آنکه، نوع مدیریت باشگاه‌های ورزشی موضوعی است که می‌تواند بر روی موفقیت باشگاه‌ها تأثیر داشته باشد. بخش خصوصی ورزش می‌تواند نقش مؤثری در توسعه ورزش همگانی، قهرمانی و همچنین اهدافی از قبیل کارآفرینی و اشتغال‌زایی و افزایش بهره‌وری از اماکن و تجهیزات ورزشی داشته باشد. خصوصی سازی در ورزش می‌تواند در کارآفرینی و کاهش بسیاری از مشکلات نظیر بیکاری و رکود صنایع ورزشی و غیرورزشی مؤثر باشد و همچنین می‌تواند نظام مدیریت ورزشی را در جهت کاهش تدریجی وابستگی سازمان‌های ورزشی (فدراسیون‌ها، هیئت‌ها و...) به بودجه دولت، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و پویایی هر چه بیشتر رشته‌های ورزشی در نتیجه دستیابی به کانال‌های درآمدزایی جدید تقویت نماید.

البته در کشورمان با توجه به مالکیت دولتی بیشتر باشگاه‌های ورزشی و نیز برخی موانع قانونی و هزینه بالای باشگاه‌داری و ... تمایل زیادی به سرمایه‌گذاری در ورزش از جانب بخش خصوصی دیده نمی‌شود، اما با استفاده از راهکارهایی همچون ایجاد تمایل در بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری، اعطای تسهیلات بانکی برای سرمایه‌گذاری در حوزه ورزش و اشتغال، توجه و حمایت دولت به اشتغال و اقتصاد در ورزش، همکاری میان بخش خصوصی و دولتی، توجه به درآمدزایی از فروشگاه‌ها، تشویق و حمایت از فعالان حوزه اشتغال ورزش و توجه به جذب گردشگر ورزشی می‌توان میزان سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ورزش را افزایش داد.

۱. علیرضا رحیمی بروجردی، خصوصی سازی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۹.

۵. سرمایه‌گذاری در حوزه ورزش همگانی

امروزه به ورزش به‌عنوان یکی از عمده‌ترین ابزارهای تربیت‌نگریسته می‌شود. نهادهای سیاسی مانند دولت‌ها، احزاب و نهادهای اجتماعی مانند سازمان‌های غیردولتی، آموزشی، فرهنگی و دینی در غرب از ورزش به‌عنوان ابزار هدایت عامه بهره می‌گیرند. دولت‌ها دریافته‌اند به کمک ورزش می‌توانند شهروندان همراه‌تری داشته باشند. این چنین طرز تلقی از ورزش، نمودی نوین است. این موج در غرب آغاز شده و در سه دهه اخیر بسیار سرعت گرفته است. شورای اروپا سال ۲۰۰۴ را، سال آموزش از طریق ورزش اعلام نمود و کشورهای پیشرفته صنعتی، ورزش را ابزاری بسیار قدرتمند برای هدایت، هماهنگی و کنترل شهروندان می‌دانند (سازمان تربیت‌بدنی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۴).

فعالیت بدنی، همواره جزء مکملی از زندگی فرد و خانواده بوده است و در ارتباط خانوادگی و فعالیت‌های اجتماعی نقش بسزایی داشته است. با فعالیت‌های تفریحی در اوقات فراغت، اعضای خانواده به لذت و شادی دست می‌یابند و در پی آن امنیت و آسایش روانی و اجتماعی، تأمین بهداشت و زندگی سالم (به‌عنوان یکی از دستاوردهای تربیت‌بدنی) فراهم می‌شود (مرادی، ۱۳۸۹).

ورزش به‌عنوان یک پدیده اجتماعی فراگیر، بهترین سازوکار تأمین سلامت جسمانی و بهداشت روانی محسوب می‌گردد. لذا سرمایه‌گذاری در آن موجب کاهش هزینه‌ها در بخش‌های بهداشت و درمان و مراکز مبارزه با مفاسد اجتماعی و پایین آوردن سطح ناهنجاری‌های فردی و اجتماعی می‌شود. ایجاد ارتباط بیشتر بین کشورها و افزایش تفاهم و هم‌زیستی مسالمت‌آمیز بین ملت‌ها از دیگر دستاوردهای مهمی است که از طریق توجه به مقوله ورزش در عرصه‌های سیاسی و فرهنگی عاید دولت‌ها و جوامع می‌شود. ورزش در بهره‌وری ملی نیز نقش بسزایی داشته و متضمن تأثیرات بسیار بر تولید ناخالص ملی کشور است (کردی، ۱۳۸۶).

ورزش‌های همگانی و تفریحی با نهادهای اجتماعی موجود مانند اقتصاد، حکومت، سیاست و رسانه‌های گروهی به‌عنوان نیروهای هدایت‌کننده و کارآمد اجتماعی، ارتباط دارند. برای توسعه ورزش و تحرک در جامعه، نقش حمایت‌های دولت بسیار حائز اهمیت است. با توجه به اینکه ورزش همگانی درآمدزا نیست، دولت با حمایت‌های خود می‌تواند در توسعه این ورزش نقش مؤثری داشته باشد. بودجه دولتی یکی از اهرم‌های مهم در توسعه این ورزش است. در اغلب کشورها، بودجه ورزش همگانی نسبت به سایر بخش‌ها بیشتر است. این موضوع اهمیت ورزش همگانی را در جوامع نشان می‌دهد. بخش‌های غیردولتی در اغلب کشورها نقش مؤثری در توسعه ورزش همگانی دارند. همچنین افراد زیادی به‌صورت داوطلب در حیطه‌های مدیریت و مربیگری ورزش همگانی فعالیت می‌کنند (مرادی، ۱۳۹۴).

افزایش مشارکت در فعالیت‌ها و برنامه‌های ورزش همگانی علاوه بر فواید سلامتی، اجتماعی و فرهنگی برای فرد و خانواده؛ از حیث اقتصادی نیز قابل توجه و اثربخش است و می‌تواند با مصرف کالاها



و تجهیزات ورزشی، زمینه توسعه صنایع تولیدی ورزشی و رونق اقتصاد ورزش را موجب شود. براساس داده‌های مرکز ملی آمار ایران، متوسط هزینه ورزش افراد ورزش کرده ایرانی در نقاط شهری در سال ۱۳۹۴ حدود ۳۱۱۹۰ تومان در ماه، برآورد شده بود، درحالی که این میزان برای نقاط شهری و روستایی در سال ۱۳۹۶ به ۴۳۲۲۲ تومان رسید که نسبت به دو سال قبل، حدود ۳۸/۵ درصد افزایش یافته است.^۱ از حیث آورده اقتصادی و گردش مالی مربوط، با فرض ۱۸ میلیون نفر ورزش کرده گردش مالی ایجاد شده در این حوزه حدود ۷ هزار میلیارد تومان است. به استناد محاسبات موجود،^۲ این رقم توان اشتغال‌زایی بیش از ۳۰۰ هزار شغل را دارد.^۳ بنابراین، به نظر می‌رسد به ازای هر ۱۰۰۰ نفر فرد ورزش کرده در ایران حدود ۱۶ نفر/شغل ایجاد می‌شود.

۶. توسعه کمی و کیفی اماکن ورزشی

امروزه با تبدیل ورزش به یک پدیده اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی بسیار مهم، بسیاری از مردم در جوامع مختلف به اهمیت ورزش در حفظ سلامتی، نشاط و شادابی، بالا بردن توانایی‌های جسمانی و روانی پی برده و به ورزش‌های تفریحی یا اوقات فراغت و عده‌ای نیز به‌عنوان ورزشکار حرفه‌ای به ورزش‌های قهرمانی یا رقابتی می‌پردازند. همچنین، در دهه‌های اخیر، باشگاه‌های ورزشی محور توسعه ورزش هم در بخش تفریحی و هم در حوزه ورزش‌های قهرمانی و حرفه‌ای بوده‌اند. ازسوی دیگر، باید توجه داشت که ورزش‌های اوقات فراغت یا ورزش‌هایی که جنبه قهرمانی دارند همه در اماکن و تأسیسات ورزشی انجام می‌شوند.

بنابراین، اماکن و تأسیسات ورزشی باید به‌گونه‌ای ساخت، تجهیز و اداره شوند که بتوانند پاسخگوی نیازها، انتظارات و علائق تمامی گروه‌ها باشند. بدیهی است که یک محیط بهداشتی و ایمن در ارتقای سطح سلامت و شکوفایی استعداد افراد و نیز رضایت خاطر آنها مؤثر است. اماکن ورزشی، فرصت‌های مناسبی را برای رشد عاطفی، شناختی، ادراکی و اجتماعی گروه‌های مختلف جامعه ایجاد می‌کنند. ایجاد مکانی امن، راحت و باکیفیت برای استفاده‌کنندگان از اماکن ورزشی یکی از مهم‌ترین وظایف مدیران این اماکن است.

۱. گزارش موردی با عنوان: تحلیل وضعیت مشارکت ورزش همگانی در ایران و تبیین چالش‌ها و موانع کلان، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۱۶۷۸۰، آذرماه ۱۳۹۸، ص ۱۲.

۲. «لایحه احکام مورد نیاز اجرای برنامه ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۵-۱۳۹۹) - ویرایش جدید» (ارزیابی بخش‌های پیشرو از منظر رشد، اشتغال، انرژی و محیط‌زیست)، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۱۵۰۸۵، مهرماه ۱۳۹۵، ص ۴۰.

۳. این تخمین صرفاً به مشارکت مردم در ورزش همگانی مربوط است و ورزش مدارس و دانشگاه‌ها، ورزش حرفه‌ای و قهرمانی را شامل نمی‌شود.

در دنیای امروزی، ورزش تجاری از طریق باشگاه‌های خصوصی تبدیل به یک صنعت بین‌المللی درآمدزا شده است. باشگاه‌های حرفه‌ای در سراسر جهان برای تأمین منابع مالی و هزینه‌های خود از روش‌های مختلفی همچون جذب حامی مالی، تبلیغ کالای تجاری، ارائه خدمات و تسهیلات جانبی و ... استفاده می‌کنند. در این راستا، بی‌شک بهبود کیفیت خدمات برای جذب و نگهداری تماشاگران از مهم‌ترین بخش‌های صنعت ورزش محسوب می‌شود، زیرا تماشاگران بخش عمده‌ای از درآمدهای ورزشی را فراهم می‌کنند و تعداد تماشاگران یکی از مهم‌ترین عوامل در بقای مالی ورزش حرفه‌ای است.

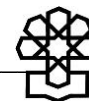
تماشاگران علاوه بر اینکه با خرید بلیت مسابقات به صورت مستقیم درآمد هنگفت برای باشگاه‌ها و لیگ‌های حرفه‌ای دارند، به صورت غیرمستقیم سهم عمده‌ای در درآمدزایی از طریق جذب حامیان مالی و فروش حق پخش تلویزیونی و خدمات جانبی دارند. با افزایش تعداد تماشاگران در استادیوم‌ها، ورزش حرفه‌ای خواهد توانست تا با سرعت کافی میزان درآمد خود را افزایش داده و بتواند از عهده هزینه‌های روزافزون خود برآید. برای جذب تماشاگر بیشتر، مسئولان باشگاه‌ها و لیگ باید در گام نخست، نیازها و توقعات تماشاگران به عنوان مشتری را مورد توجه ویژه قرار دهند، زیرا با کاهش تعداد تماشاگران، میزان درآمد باشگاه‌ها از طریق فروش بلیت کاهش یافته و نمی‌توانند از عهده هزینه‌های روزافزون باشگاه خود برآیند.

بنابراین، ضروری است که اماکن ورزشی هم از نظر کمی و هم کیفی به سطح مطلوبی برسند تا بتوانند نیازها و توقعات مشتریان را فراهم نمایند. در همین راستا، مدیران اماکن ورزشی چه در بخش ورزش حرفه‌ای و چه در بخش ورزش تربیتی و همگانی لازم است با مدیریت صحیح فضاهای ورزشی، به روز نمودن استادیوم‌های ورزشی، مدیریت صحیح سالن‌های ورزشی، توجه به درآمدزایی از استادیوم و ساختمان باشگاه‌ها و استفاده چندمنظوره از فضاهای ورزشی، زمینه افزایش درآمدهای اماکن ورزشی را فراهم نمایند.

۷. برنامه‌ریزی برای درآمدزایی از رویدادهای ورزشی

درآمدزایی برای توسعه، برنامه‌ریزی مؤثر و حفظ استقلال رویدادهای ورزشی ضروری است. لذا، مدیران رویدادهای ورزشی باید برای کسب درآمد حداکثری از رویدادهای ورزشی، برنامه‌های ویژه‌ای در نظر داشته باشند. حمایت مالی از رویداد ورزشی، پخش تلویزیونی، بلیت فروشی و ورودیه ورزشگاه‌ها و درآمدهای محل مسابقه تنها بخشی از درآمدهای بالقوه یک رویداد ورزشی را تشکیل می‌دهند.

در حمایت مالی، حمایت از یک ورزش، رویداد ورزشی، سازمان ورزشی یا رقابت توسط یک شخص یا شرکت برای کسب منافع یا سود دوجانبه برای هر دو طرف قرارداد صورت می‌پذیرد. علاوه بر حمایت مالی، رویدادهای ورزشی درآمدهای خاصی در روز مسابقه دارند. در این روزها، مدیران رویداد می‌توانند



با برنامه‌ریزی درست و ارائه خدمات مناسب، درآمدهای خاصی را از محل ورودیه ورزشگاه، فروش کالاهایی با لوگوی تیم‌ها یا باشگاه‌ها، فروش مواد غذایی و ... عاید رویداد ورزشی کنند.

به‌علاوه، باید توجه داشت که در صورت ارائه خدمات مناسب در روز مسابقه می‌توان انتظار داشت که تماشاگران و مشتریان بیشتری به ورزشگاه آمده و در نتیجه احتمال افزایش درآمد روز مسابقه بیشتر می‌شود. از طرف دیگر، حق پخش تلویزیونی می‌تواند بخش مهمی از درآمدهای رویدادهای ورزشی را تشکیل دهد. از نظر قوانین بین‌المللی، صدور مجوز پخش مسابقات از شبکه‌های تلویزیونی فقط با صاحبان رویدادها نظیر فدراسیون‌ها، سازمان‌های لیگ و باشگاه‌هاست.

فیفا (FIFA) در ماده (۷۲) اساسنامه خود، با صراحت فروش حق پخش تلویزیونی مسابقات را جزو حقوق قانونی صاحبان رویداد می‌داند. از سوی دیگر، بند «پ» ماده (۹۲) قانون برنامه ششم توسعه نیز در خصوص حق پخش تلویزیونی و ایجاد تمهیدات قانونی لازم جهت تقسیم درآمدهای حاصل از پخش مسابقات ورزشی بین سازمان صدا و سیما و وزارت ورزش و جوانان ایراد شده است که در قانون بودجه سال‌های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۰ نیز به نسبت ۷۰ (سهم صدا و سیما) به ۳۰ (سهم وزارت ورزش و جوانان جهت کمک به فدراسیون‌ها) قید شده است.

علاوه بر موارد یاد شده، در صورت برنامه‌ریزی صحیح و کیفیت بالای رویدادهای ورزشی، گردشگری رویداد ورزشی را نیز می‌توان به منابع درآمدی رویدادهای ورزشی اضافه کرد. یکی از زمینه‌هایی که معمولاً برنامه‌ریزان رقابت‌های ورزشی بر آن تأکید دارند و برنامه‌ریزی‌ها را پیرامون آن صورت می‌دهند، جذب گردشگران است. گردشگری رویداد ورزشی یکی از جنبه‌های مختلف گردشگری است که می‌تواند درآمدزایی قابل توجهی برای کشور میزبان داشته باشد. هر چند میزبانان مخارجی نیز در این زمینه متقبل می‌شوند، اما مزایای ناشی از گردشگران وارد شده و نیز تبلیغات و حق پخش تلویزیونی این رقابت‌ها به اندازه کافی سود در اختیار برگزارکنندگان قرار می‌دهد که هزینه‌های مربوط به تأمین امنیت، تهیه زیرساخت‌های لازم از قبیل استادیوم‌ها و سامانه‌های حمل‌ونقل و مواردی از این قبیل را متحمل شوند.

مهم‌ترین نوع از انواع رویدادهای ورزشی که می‌تواند بر درآمدهای ارزی و جذب گردشگر اثر بگذارد، فوتبال است. علاوه بر این، گردشگری رویدادی همچون رقابت‌های ورزشی می‌تواند نگرانی‌های حاصل از کاهش گردشگر یا مشکلات اقتصادی را تا حدودی جبران کند. این نوع گردشگری در ایران نیز می‌تواند اجرایی شود به شرطی که شرایط مناسب رویداد ورزشی فراهم شده و رویداد ورزشی از کیفیت و اعتبار بالایی برخوردار باشد.

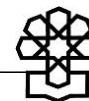
به‌طور کلی، منابع بالقوه درآمدزایی رویدادهای ورزشی متعدد هستند که مدیران رویداد ورزشی باید با درایت و برنامه‌ریزی صحیح، آنها را به‌صورت بالفعل درآورده و موجبات افزایش درآمدهای رویداد

ورزشی را فراهم نمایند. علاوه بر روش‌های یاد شده، بخشی از روش‌های درآمدی رویداد ورزشی می‌تواند شامل ارائه محصولات جانبی در ورزشگاه، ارائه خدمات با کیفیت در ورزش، درآمدزایی از طریق نشان (برند) باشگاه‌های ورزشی، قیمتگذاری بلیت مسابقات ورزشی براساس ارزش مسابقه در ذهن تماشاگران، ترویج رسانه‌ای مناسب رویدادهای ورزشی، ارائه خدمات ورزشی متناسب با سطح انتظار افراد در مناطق گوناگون، درآمدزایی از تجهیزات باشگاه‌ها، درآمدزایی از زمین‌های تمرینی، درآمدزایی از حق پارکینگ، درآمدزایی از وبسایت، درآمدزایی از سیستم حمل و نقل، درآمدزایی از فناوری موبایل، توجه ویژه به رشته‌های ورزشی پول‌ساز، توسعه رشته‌های ورزشی پرهیجان و برگزاری جشنواره‌های ورزشی برای جذب مردم باشد.

۸. تحول در درآمدزایی باشگاه‌های ورزشی

معمولاً باشگاه‌های ورزشی برای بقا و توسعه خود، راه‌هایی را برای کسب درآمد انتخاب می‌کنند. البته غالباً این راه‌ها از قبل مشخص شده‌اند و قوانینی نیز وجود دارد تا این راه‌ها در چارچوب این قوانین پیش روند. روش‌های سنتی درآمدزایی و بازاریابی در ورزش تنها چند روش اصلی کسب درآمد هستند و مطمئناً روش‌های متفاوت دیگری نیز وجود دارند که باید به آنها توجه شود تا درآمدزایی باشگاه‌های ورزشی متحول شود. براساس قوانین کلی فدراسیون‌ها، کنفدراسیون‌ها، انجمن‌ها و سازمان‌های ورزشی، راه‌های کسب درآمد یک باشگاه ورزشی باید در چارچوب ورزش و مسائل فرهنگی پیگیری شوند. این روش‌های تجاری به غیر از اینکه نباید قوانین کشورها و مناطق را زیر پا گذارند؛ همچنین نباید از محدوده فرهنگ و ورزش نیز خارج شوند. البته باشگاه‌هایی که به شرکت‌های سهامی تبدیل شده‌اند و یا به بازار بورس کشورشان یا به بازار بورس بین‌المللی راه پیدا کرده‌اند، در چارچوب فعالیت خود می‌توانند تجارت‌های دیگر را نیز انجام دهند.

به‌طور سنتی، باشگاه‌های ورزشی بخش اعظم درآمد خود را از طریق جذب حامی مالی و اسپانسر، فروش بلیت و مجوز پخش رسانه‌ای کسب می‌کنند. حال آنکه، اولاً اغلب باشگاه‌های ورزشی کشور (باشگاه‌های حرفه‌ای) دولتی بوده و ازسوی دیگر، رسانه‌های جمعی نیز دولتی است که این موضوع می‌تواند نحوه درآمدزایی از مجوز پخش رسانه‌ای را تحت تأثیر قرار دهد. ثانیاً به‌نظر می‌رسد که جذب حامیان مالی نیز به‌صورت حرفه‌ای صورت نمی‌پذیرد که این موضوع می‌تواند اقتصاد ورزش را دچار مشکل کند، زیرا در کشورهای دیگر، درآمد حاصله از حامیان مالی بیشتر از درآمد باشگاه‌های ایران از اسپانسرینگ است، لذا ضروری است که در این رابطه از بازاریابان حرفه‌ای استفاده شود تا خلأ موجود پر شود. در مجموع چون فضای ورزش و باشگاه‌های ورزشی کشورمان کماکان دولتی است و هنوز در



راستای خصوصی سازی و واگذاری اقدام نموده‌اند بنابراین برای درآمدزایی و بهره‌گیری از حامیان مالی از متخصصان و مشاوران حرفه‌ای امر استفاده نمی‌کنند زیرا بودجه‌های دولتی فعلاً کمک‌کننده است. علاوه بر موارد فوق، روش‌های دیگری نیز برای درآمدزایی باشگاه‌های ورزشی ابداع شده است که باشگاه‌های حرفه‌ای کشورهای پیشرفته توانسته‌اند از آن طریق بر میزان درآمدهای خود بیفزایند. از جمله این روش‌های جدید می‌توان به قیمتگذاری بلیت مسابقات ورزشی بر مبنای عملکرد گذشته تیم‌ها، چرخه اقتصادی حاکم، اهداف متولیان سازمان لیگ، جایگاه تیم‌ها در جدول مسابقات، محل برگزاری مسابقه، خدمات ارائه شده، سطح کیفی مسابقه، درآمدزایی از رسانه‌های اختصاصی، درآمدزایی از بلیت‌فروشی، درآمدزایی از آکادمی‌های آموزشی، درآمدزایی از حق عضویت و درآمدزایی از تالار افتخارات و موزه باشگاه اشاره کرد. امروزه باشگاه‌های حرفه‌ای، دیگر نمی‌توانند فقط با استفاده از روش‌های سنتی به درآمدزایی بپردازند بلکه با متحول کردن روش‌های درآمدزایی از طریق روش‌های یاد شده توانسته‌اند منابع مالی باشگاه را ارتقا بخشیده و از این طریق، بر اقتصاد ورزش کشور نیز تأثیراتی مثبت بگذارند. بنابراین پیشنهاد می‌شود که مدیران باشگاه‌های ورزشی با استفاده از روش‌های یاد شده به توسعه درآمدزایی باشگاه کمک کرده و نیز موجبات بهبود اقتصاد ورزش و افزایش اشتغال در ورزش را فراهم نمایند.

۹. توجه به عوامل مدیریتی در اقتصاد ورزش

شیوه رهبری و مدیریت در هر جامعه‌ای بستگی به ساخت فرهنگی آن جامعه دارد، اما به‌طور کلی اصول مدیریت شامل برنامه‌ریزی، سازماندهی، بسیج منابع و امکانات، هدایت، سرپرستی و کنترل است و مدیریت، فرایند به‌کارگیری مؤثر و کارآمد منابع مادی و انسانی در راستای اصول فوق است که برای دستیابی به اهداف سازمانی و براساس نظام ارزشی مورد قبول صورت می‌گیرد. بسیاری از صاحب‌نظران مورد مصاحبه، علت موفقیت و شکست نهادها را در تفاوت مدیریت آنها می‌دانند. بر کسی پوشیده نیست که کشورهایی که در زمینه ورزش موفق بوده‌اند از اصول مدیریت به‌درستی پیروی کرده و برای رسیدن به اهداف خود ابتدا برنامه‌ریزی و روش‌های اجرایی آن منظور را طراحی کردند و سپس با اجرای صحیح آن و رهبری و ارزیابی مناسب برنامه‌ها توانسته‌اند به موفقیت‌های چشمگیری هم از نظر اقتصادی و هم از نظر ورزش قهرمانی دست یابند.

به هر حال، چنانچه وظایف مدیریتی به خوبی در سازمان‌های ورزشی انجام شود، بی‌شک می‌توان شاهد موفقیت سازمان ورزشی در تمامی زمینه‌ها از جمله حیطه اقتصادی بود لذا به نظر می‌رسد با به‌کارگیری مدیران متخصص و باتجربه، هدف‌گزینی و برنامه‌ریزی، استفاده از تیم‌های میان‌رشته‌ای از متخصصانی از حوزه‌های بازاریابی، عملیاتی و تحقیق و توسعه، ایجاد واحد

بازاریابی در سازمان‌های ورزشی و فدراسیون‌ها، ایجاد دفتر اقتصادی در سازمان‌های ورزشی مرجع، بررسی عوامل اثرگذار بر تصمیمات خرید مشتریان ورزشی، توجه به ارتباط بدنه ورزش با تولیدکنندگان وسایل ورزشی، پیاده‌سازی سیستم‌های اندازه‌گیری و پایش رضایت مشتریان ورزشی و بررسی رضایت هواداران و ذی‌نفعان حوزه ورزش بتوان به این مهم دست یافت.

۱۰. توسعه متوازن ورزش پایه، بانوان و آقایان

اگرچه امروزه در کشورمان توجه به ورزش قهرمانی و حرفه‌ای بیش از ورزش همگانی و تربیتی است و از سوی دیگر، گاه‌ها ورزش را فقط با ورزش آقایان ملاک قرار می‌دهند و توجه متناسبی به ورزش بانوان نمی‌شود، اما ضروری است که ورزش بانوان و پایه نیز به اندازه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای و ورزش آقایان مورد توجه واقع شود.

ورزش و فعالیت‌های بدنی به‌عنوان پدیده اجتماعی، همراه با فرایند جامعه‌پذیری در هر جامعه‌ای سازوکارهای اجتماعی و فرهنگی را در پی دارد؛ این آموخته‌های فرهنگی و اجتماعی، زمینه‌های دیگر زندگی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. ورزش در حوزه مطالعات اجتماعی، پدیده اجتماعی است که کنش متقابل مشارکت‌کنندگان اعم از ورزشکاران، مربیان، هواداران و سازمان‌های اجتماعی درگیر را به‌همراه دارد؛ همچنین به‌عنوان نوعی تولید دانش علمی در راستای تفسیر، فهم، تبیین الگوهای رفتار انسانی و حل مسائل اجتماعی قابل بررسی است. ورزش با گردهم آوردن مردم و وحدت بخشیدن به آنها و تزریق احساسات هم‌گروهی الفت‌زا میان آنان، خدمت ارزنده‌ای به جامعه ارائه می‌دهد. ورزش احساس تعلق به‌وجود می‌آورد؛ هویت شخصی را تبلور می‌دهد؛ روابط اجتماعی را خلق می‌کند؛ پیوندهای دوستی و محبت را میان افراد تحکیم می‌بخشد.

تاریخ معاصر نشان می‌دهد که چگونه در شماری از کشورهای جهان، از این کارکرد اجتماعی ورزش در راه وحدت میان گروه‌ها و عناصر یا نژادهای یک سرزمین استفاده شده است. برای مثال می‌توان به کشورهای سوئیس، فرانسه، آلمان، چین، شوروی سابق و برزیل اشاره کرد. در مقایسه با گذشته، ورزش زنان پیشرفت‌های خوبی داشته است؛ مدال‌آوری زنان و دختران ایرانی در بازی‌های المپیک، پارالمپیک و بازی‌های آسیایی، انتخاب زنان به ریاست فدراسیون‌های ورزشی، انتصاب زنان در مناسب مدیریتی ارشد، افزایش تعداد زنان تصمیم‌گیرنده در سازمان‌های ورزشی، افزایش بودجه‌های مربوط به ورزش زنان، برتری زنان در بعضی از رشته‌های ورزشی و افزایش قراردادهای و رویدادهای ورزشی زنان با شرکت‌ها نمونه‌هایی برای این ادعاست.

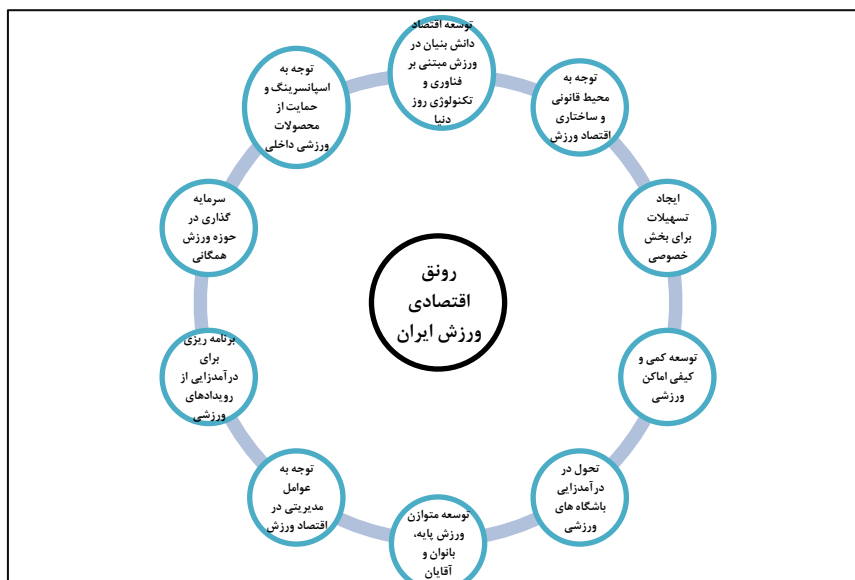
هرچند امروزه زنان مورد توجه مسئولان اجتماعی و فرهنگی کشورها قرار گرفته‌اند و در چهار دهه اخیر فرصت‌های فراوانی برای پرداختن به ورزش و پیشرفت آنان فراهم شده است، اما به‌نظر می‌رسد که



این حمایت‌ها هنوز به حد مناسب و متناسب خود نرسیده و باید حمایت بیشتری از ورزش زنان انجام گیرد. ازسوی دیگر، امروزه حدود نیمی از جوامع ورزشی را زنان تشکیل می‌دهند و نیمی از مدال‌های توزیعی بازی‌های المپیک نیز به زنان تعلق می‌گیرد، لذا نمی‌توان تأثیرات اقتصادی آن را بر کشور نادیده گرفت.

بنابراین، با توجه بیشتر به ورزش زنان و ورزش پایه، می‌توان بخشی از مسائل و مشکلات اقتصادی و اشتغال کشور را مرتفع ساخت و با استفاده از راهکارهایی همچون توجه به ورزش زنان به‌عنوان یکی از قطب‌های مهم اقتصاد ورزش، توجه به ورزش دختران دانش‌آموز و دانشجو و تبلیغات رادیویی ورزش زنان، فرهنگ‌سازی برای افزایش گرایش مردم به ورزش، توجه به ورزشکاران پایه به‌عنوان منبع درآمدی باشگاه‌ها، ارائه خدمات ورزشی متناسب با سطح درآمد افراد در مناطق گوناگون، ارائه خدمات جانبی قبل از برگزاری مسابقات ورزشی و ترویج ورزش حرفه‌ای بانوان و معرفی ورزشکاران حرفه‌ای زن در صدا و سیما می‌توان به این مهم دست یافت.

شکل. عوامل مؤثر بر رونق اقتصادی ورزش ایران



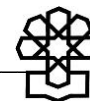
جمع‌بندی و پیشنهاد

در این گزارش، عوامل مؤثر بر رونق اقتصادی در ورزش کشور شناسایی شد و این عوامل به ترتیب شامل توسعه اقتصاد دانش‌بنیان در ورزش مبتنی بر فناوری و تکنولوژی روز دنیا، توجه به محیط قانونی و ساختاری اقتصاد ورزش، توجه به حامی مالی و حمایت از محصولات ورزشی داخلی، ایجاد تسهیلات برای بخش خصوصی، سرمایه‌گذاری در حوزه ورزش همگانی، توسعه کمی و کیفی اماکن ورزشی، برنامه‌ریزی برای درآمدزایی از رویدادهای ورزشی، تحول در درآمدزایی باشگاه‌های ورزشی، توجه به عوامل مدیریتی در اقتصاد ورزش، توسعه متوازن ورزش‌های پایه، بانوان و آقایان است.

برای عملیاتی کردن اقتصاد دانش‌بنیان در ورزش مبتنی بر فناوری روز دنیا باید از راهکارهایی چون توجه به ارتباط بدنه ورزش با آژانس‌های بازاریابی و متخصصان، توجه به درآمدزایی از استقرار سیستم اطلاعات بازاریابی، تعامل و ارتباط جامعه علمی و بدنه اقتصادی ورزش، استفاده از فناوری‌های نوین در ورزش، توجه به ارتباط بدنه ورزش با دانشگاه‌ها و مدارس، توجه به آموزش کاربردی فارغ‌التحصیلان علوم ورزشی در دانشگاه‌ها، اشاعه اقتصاد دانش‌بنیان در ورزش، توجه به درآمدزایی از وبسایت، توجه به درآمدزایی از فناوری موبایل، توجه ارتباط بدنه ورزش با رسانه‌ها، ایجاد قطب‌های علمی ورزش، توجه رسانه‌ها به اقتصاد ورزشی، تلاش برای تبدیل ایده‌های ورزشی به محصولات، راه‌اندازی نشریات علمی ورزش و اقتصاد، توجه به پارک‌های فناوری ورزشی، توجه به پیوند ورزش و دانشگاه، کمک به دانشکده‌های ورزشی از طریق دولت، حمایت از ایده‌های ورزشی، حمایت از تولیدات علمی ورزش و اقتصاد، استفاده از علوم جدید در ورزش، به‌کارگیری روش‌های نوین کسب‌وکار و نهادسازی برای ایجاد کسب‌وکار استفاده کرد.

در راستای قانونی و ساختاری کردن محیط اقتصاد ورزش بهره‌مندی از راهکارهایی چون توجه به محیط سیاسی-اقتصادی و اجتماعی، ارتقای ساختاری اقتصاد ورزش، ایجاد قوانین حمایتی برای توسعه اقتصادی ورزش، حق پخش تلویزیونی مسابقات، تدوین قوانین حمایتی سرمایه‌گذاری خارجی، توجه به بودجه ورزش کشور، توجه به بدنه ورزش ارتباط با خیرین و واقفین، توجه به درآمدزایی از موقوفات و بخشش‌ها، تدوین آیین‌نامه مشاغل حوزه ورزش، شناسایی مشاغل حوزه ورزش و تشکیل کمیته صیانت از مشاغل حوزه ورزش بسیار اثربخش است.

ایجاد فرصت‌ها خلاقانه و نوآورانه در ورزش، کمک به رشد نشان‌های (برندهای) ورزشی داخلی، تعامل و ارتباط جامعه علمی و بدنه اجرایی ورزش، به‌کارگیری توأمان تجربه و دانش در مدیریت ورزش کشور، توجه به تولید تجهیزات ورزشی، توسعه سخت‌افزاری ورزش، توجه به حامی مالی در ورزش، استفاده از نشان (برند) باشگاه‌های ورزشی در شبکه‌های اجتماعی و توجه به درآمدزایی از فروش کالاها با آرم باشگاه راه‌هایی جهت دستیابی به حامی مالی و حمایت از محصولات ورزشی داخلی است.



اعطای تسهیلات بانکی برای سرمایه‌گذاری در حوزه ورزش و اشتغال، توجه و حمایت دولت به اشتغال و اقتصاد در ورزش، همکاری میان بخش خصوصی و دولتی، توجه به درآمدزایی از فروشگاه‌ها، تشویق و حمایت از فعالان حوزه اشتغال ورزش و توجه به جذب گردشگر ورزشی می‌تواند تسهیلاتی برای بخش خصوصی در ورزش باشد تا تمایل آنها برای سرمایه‌گذاری جلب شود.

بسترسازی برای خصوصی‌سازی از طریق دولت، ایجاد قوانین تشویقی برای حامیان فدراسیون ورزش‌های همگانی مانند معافیت‌های مالیاتی، همکاری بیشتر نهادهای دولتی و خصوصی در جهت توسعه ورزش همگانی، کاهش تصدی دولت در ورزش همگانی و واگذاری به بخش خصوصی، تأمین زیرساخت‌های سخت‌افزاری توسط دولت و سایر ارگان‌های متولی ورزش همگانی اعم از شهرداری، آموزش و پرورش، نیروهای مسلح، وزارت علوم و ... توسعه فرهنگ ورزش کردن از طریق آموزش، پژوهش، تبلیغ و اطلاع‌رسانی جامع رسانه‌ای، ارتقای جایگاه بخش خصوصی و تعاونی‌ها در عرصه فعالیت‌های ورزشی با توجه به اصل چهل و چهارم قانون اساسی، اجرای قانون بخشودگی بیمه در بخش سلامتی مردم، واگذاری زمین با کاربری ورزشی جهت توسعه ورزش همگانی، فراهم کردن تسهیلات اقتصادی برای شرکت‌هایی حامی ورزش همگانی، حمایت از سرمایه‌گذاری در بخش ورزش همگانی با توجه به اصل چهل و چهارم و ماده (۸۸)، ایجاد نظام مدیریت بازاریابی ورزشی در ورزش همگانی کشور و تقویت آن، پوشش رسانه‌ای و حمایت رسانه در زمینه ترویج ورزش‌های همگانی راهکارهایی متنوع جهت سرمایه‌گذاری در حوزه ورزش همگانی است.

مدیریت صحیح سالن‌ها و فضاهای ورزشی، به‌روز نمودن استادیوم‌های ورزشی، توجه به درآمدزایی از استادیوم و ساختمان باشگاه‌ها و استفاده چندمنظوره از فضاهای ورزشی می‌تواند در توسعه کمی و کیفی اماکن ورزشی مثمرتر باشد.

برای درآمدزایی از رویدادهای ورزشی می‌توان به ارائه محصولات جانبی در ورزشگاه، ارائه خدمات با کیفیت در ورزش، درآمدزایی از طریق نشان (برند) باشگاه‌های ورزشی، قیمتگذاری بلیت مسابقات ورزشی براساس ارزش مسابقه در ذهن تماشاگران، ترویج رسانه‌ای مناسب رویدادهای ورزشی، ارائه خدمات ورزشی متناسب با سطح انتظار افراد در مناطق گوناگون، توجه به درآمدزایی از تجهیزات باشگاه‌ها، زمین‌های تمرینی، حق پارکینگ، سیستم حمل‌ونقل، وبسایت، فناوری موبایل، رشته‌های ورزشی پرهیجان، رشته‌های ورزشی پول‌ساز، برگزاری جشنواره‌های ورزشی برای جذب مردم، مواد غذایی و ... پرداخت.

قیمتگذاری بلیت مسابقات ورزشی بر مبنای عملکرد گذشته تیم‌ها، چرخه اقتصادی حاکم، اهداف متولیان سازمان لیگ، جایگاه تیم‌ها در جدول مسابقات، محل برگزاری مسابقه، خدمات ارائه شده، سطح کیفی مسابقه، توجه به درآمدزایی از رسانه‌های اختصاصی، بلیت‌فروشی، آکادمی‌های آموزشی، حق عضویت، تالار افتخارات و موزه باشگاه می‌تواند در درآمدزایی باشگاه‌های ورزشی تحول ایجاد نماید.

به‌کارگیری مدیران متخصص و باتجربه، هدف‌گزینی و برنامه‌ریزی، استفاده از تیم‌های میان رشته‌ای از متخصصانی از حوزه‌های بازاریابی، عملیاتی و تحقیق و توسعه، ایجاد واحد بازاریابی در سازمان‌های

ورزشی و فدراسیون‌ها، ایجاد دفتر اقتصادی در سازمان‌های ورزشی مرجع، بررسی عوامل اثرگذار بر تصمیمات خرید مشتریان ورزشی، توجه به ارتباط بدنه ورزش با تولیدکنندگان وسایل ورزشی، پیاده‌سازی سیستم‌های اندازه‌گیری و پایش رضایت مشتریان ورزشی، بررسی رضایت هواداران و ذی‌نفعان حوزه ورزش از عوامل مدیریتی حوزه اقتصاد ورزش است.

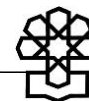
ارائه خدمات ورزشی متناسب با سطح درآمد افراد در مناطق گوناگون، ارائه خدمات جانبی قبل از برگزاری مسابقات ورزشی، توجه به ورزشکاران پایه به‌عنوان منبع درآمدی باشگاه‌ها، توجه به ورزش زنان به‌عنوان یکی از قطب‌های مهم اقتصاد ورزش، ترویج ورزش حرفه‌ای زنان و مردان توجه به ورزش دختران و پسران دانش‌آموز و دانشجو، توجه به نیروی انسانی مزیتی مهم در توسعه اقتصاد ورزش، توجه به تبلیغات در مدارس و تبلیغات رادیویی ورزش زنان می‌تواند راهکارهایی برای توسعه متوازن ورزش‌های پایه، بانوان و آقایان باشد.

درنهایت، مدیران ورزشی کشور می‌توانند با استفاده از عوامل تعیین شده و راهکارهای عملی بهبود و توسعه این عوامل، اقتصاد و فضای کسب‌وکار ورزش کشور را دستخوش تغییرات صحیح و مثبت قرار داده و به این ترتیب، سهم صنعت ورزش از تولید ناخالص داخلی کشور را افزایش دهند.

راهکارهای پیشنهادی:

مجموعه راهکارهای سیاستی و عملیاتی در راستای رونق اقتصادی در عرصه ورزش به شرح زیر پیشنهاد می‌شود:

- ایجاد تنوع مالی و استفاده از ابزارهای نوین تأمین مالی ورزشی مانند راه‌اندازی آکادمی باشگاه‌ها، حق پخش رسانه‌ای، فروش بازیکن، درآمدهای روز مسابقه و ...
- ایجاد سهمی از تسهیلات مالی منابع ورودی به صندوق توسعه ملی موضوع ماده (۵۲) قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت (۲) برای طرح‌های بخش تولیدی و خدماتی ورزش کشور.
- مکلف شدن فدراسیون‌ها و هیئت‌ها و باشگاه‌های ورزشی به خرید اقلام و کالاهای ورزشی داخلی.
- ایجاد بستر مناسب برای استقرار تولیدکنندگان ورزشی در مجموعه‌های بزرگ ورزشی کشور جهت تسهیلگری در توزیع و مصرف کالاها، اقلام و محصولات تولید داخل.
- جلوگیری از واردات بی‌رویه کالاهای ورزشی خارجی که مشابه تولید داخلی دارد با تدوین و ابلاغ آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های لازم توسط دولت و اجرایی کردن آن.
- کسب میزبانی رویدادهای بین‌المللی معتبر در رشته‌های پرطرفدار و رسانه‌ای.
- ایجاد معافیت‌های مالیاتی برای ورزشکاران و باشگاه‌های ورزشی که نسبت به احداث و استقرار مؤسسات ورزشی خیریه و عام‌المنفعه برای مناطق محروم اقدام می‌کنند.
- ممنوعیت تبلیغ اقلام، کالاها و برندهای خارجی عرصه ورزش در فضاها و اماکن عمومی.
- حمایت و تشویق قهرمانان ورزشی کشور جهت ورود به عرصه تولید، تبلیغ و معرفی کالاها و اقلام ورزشی داخلی کشور.



- واگذاری باشگاه‌های ورزشی توسط دولت و تبدیل آنها به بنگاه‌های اقتصادی با ایجاد اصلاحات حقوقی و مالی در ساختار باشگاه‌ها برای پیوستن آنها به بورس یا فرابورس
- ایجاد نظام جذب، حفظ و توسعه هواداران باشگاه‌های ورزشی کشور به‌عنوان سرمایه اصلی هر باشگاه در راستای اهداف اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و...
- ایجاد سامانه خیرین ورزش‌یار و بهره‌گیری از توان فکری و مالی آنها در راستای توسعه و تکمیل زیرساخت‌ها و فضاهای ورزشی

منابع و مأخذ

۱. اقدامات و دستاوردهای دولت تدبیر و امید، ۱۴۰۰-۱۳۹۲، جلد اول: بخش‌های سلامت، فرهنگی، اجتماعی، آموزشی، علوم و فناوری.
۲. رحیمی بروجردی، علیرضا. خصوصی‌سازی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۹.
۳. سازمان تربیت‌بدنی جمهوری اسلامی ایران سابق (وزارت ورزش و جوانان، ۱۳۸۴، سند راهبردی نظام جامع توسعه تربیت‌بدنی و ورزش کشور).
۴. صوفی‌زاده، لیلا. بررسی سهم ورزش در رشد اقتصادی و اشتغال ایران و ارائه مدل بهینه، رساله دکتری رشته تربیت‌بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران، پردیس البرز، ۱۳۹۶.
۵. کردی، محمدرضا. بررسی نقش مطبوعات و رسانه‌های گروهی در ورزش ایران، طرح پژوهشی پژوهشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، ۱۳۸۶.
۶. کلاشی، مازیار و سیدعماد، حسینی و محمدهادی، رجایی. اثر مخارج ورزشی دولت و خانوار بر تولید ناخالص داخلی در ایران، نشریه مطالعات مدیریت ورزشی، ش ۳۸، مهر و آبان ۱۳۹۵.
۷. گزارش عملکرد قانون برنامه ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۳۹۷، جلد سوم: حوزه بخشی (۲).
۸. مرادی، مهدی. طراحی و تدوین نظام تولید برنامه‌های ورزشی تلویزیون، رساله دکتری دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران، ۱۳۹۴.
۹. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، گزارش موردی با عنوان: تحلیل وضعیت مشارکت ورزش همگانی در ایران و تبیین چالش‌ها و موانع کلان، شماره مسلسل ۱۶۷۸۰، آذرماه ۱۳۹۸.
۱۰. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، «لایحه احکام مورد نیاز اجرای برنامه ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۵-۱۳۹۹) - ویرایش جدید» (ارزیابی بخش‌های پیشرو از منظر رشد، اشتغال، انرژی و محیط‌زیست)، شماره مسلسل ۱۵۰۸۵، مهرماه ۱۳۹۵.

11. Ameri M, Moharamzade M, Bashiri M, Hamdollah H. "Examining the elements of financial support from the elements of sports marketing".jo.(2010); Vol52(4)page111-138. (Persian In)
12. <https://www.instarem.com/blog/the-economics-of-the-fifa-world-cup-2018-in-russia/>
13. <https://www.olympic.org/news/olympic-games-rio-2016-economic-legacy>
14. <https://www.sena.ir/news/45350>

