



مرکز پژوهش‌های
مجلس شورای اسلامی

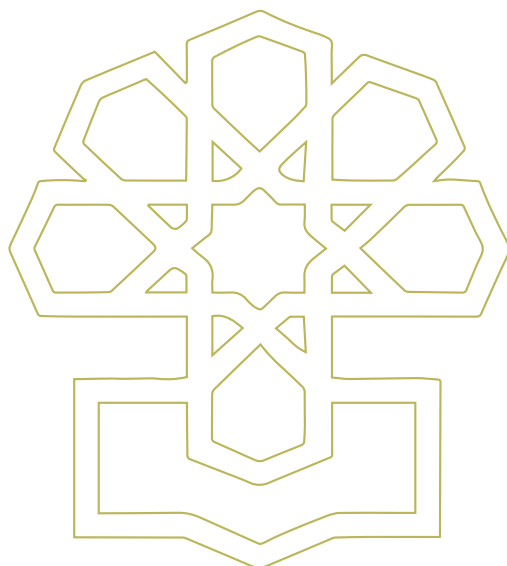
مشخصات گزارش:

شماره مسلسل:
۲۷۰۱۸۹۰۳

تاریخ انتشار:
۱۴۰۲/۲/۱۳



دفتر مطالعات آموزش و فرهنگ



ارائه راهکارهای اثربخش جهت حق پخش رسانه‌ای



مهدی مرادی^۱، موسی بیات^۲، سیدعلی محسنیان^۳

مقدمه

قریب به دو دهه است که ورزش ایران در برخی از رشته‌ها به سمت حرفه‌ای شدن حرکت کرده است، ولی مشاهدات و بررسی‌ها نشان می‌دهد که تا حرفه‌ای شدن واقعی و ساختارمند فاصله زیادی است. طبق تبصره «۲» ماده (۹۴) قانون برنامه ششم توسعه، پرداخت هر گونه وجهی از محل بودجه کل کشور به هر شکل و به هر نحو به ورزش حرفه‌ای ممنوع است و در حکم تصرف غیرقانونی در وجوه و اموال دولتی است. این حکم از زمان تصویب در برنامه پنجم توسعه اجرایی شده و با توجه به تصویب مجدد آن در برنامه ششم باز هم ملاک عمل در کمک به ورزش حرفه‌ای است. براساس این حکم، وزارت ورزش و جوانان هیچ گونه کمکی از محل بودجه عمومی کل کشور به ورزش حرفه‌ای انجام نداده است. بنابراین می‌توان این طور گفت که باشگاه‌ها از بودجه عمومی محروم شده‌اند و از سوی دیگر منابع درآمدی پایدار نیز ندارند و همین تأمین مالی به عنوان یکی از شرط‌های اصلی، حرفه‌ای شدن را با چالش مواجه کرده است. این در حالی است که غالب باشگاه‌های فعال در ورزش کشور به نحوی زیرمجموعه دولت، شرکت‌های دولتی و شبه دولتی قلمداد می‌شوند و قطعاً از کمک مالی دولت بی بهره نیستند. بنابراین راهکار اصلی برای برون رفت از وضعیت کنونی، واگذاری باشگاه‌هاست که با مهیا کردن بسترها و زیرساخت‌های واگذاری که همان شیوه‌های درآمدزایی باشگاه‌هاست، محقق خواهد شد. مطالعات و بررسی‌ها نشان می‌دهد شیوه‌های درآمدزایی باشگاه‌های حرفه‌ای ورزش ایران با تأکید بر رشته فوتبال عبارتند از: برند و فعالیت‌های تجاری، حامیان مالی، حق پخش تلویزیونی، تبلیغات، درآمد روز مسابقه، هواداران، کمک‌های دولت، کمک‌های اشخاص حقیقی و حقوقی و کمک‌های فدراسیون‌ها و سازمان‌های بین‌المللی از جمله فیفا، AFC و ... به عنوان

۱. تهیه و تدوین.

۲. ناظران علمی.

سایر منابع درآمدزایی، صعود تیم‌های فوتبال باشگاه‌های ایران به لیگ قهرمانان فوتبال آسیا نیز یکی دیگر از منابع مهم درآمدزایی باشگاه‌ها می‌تواند باشد که صعود به مراحل بالاتر، عایدی بیشتری برای باشگاه خواهد داشت. در مجموع شیوه‌های درآمدزایی باشگاه‌های حرفه‌ای ورزش در سه دسته کلی فعالیت‌های تجاری و اقتصادی، حق پخش رسانه‌ای و درآمدهای روز مسابقه جمع می‌شود. فقدان نظام مدون ساختاری و سازوکاری برای تحقق این موارد مانع اصلی درآمدزایی و موجب عدم شفافیت در عواید حاصله و منابع و مصارف مربوط و نارضایتی از وضع موجود شده است که این موارد را می‌توان در نظام جامع باشگاه‌داری سامان‌دهی کرد. از سویی وزارت ورزش و جوانان باید به عنوان متولی اصلی ورزش کشور تا حصول نتیجه مطلوب در این راستا پیگیری کند.

بیان مسئله

زمانی که مسابقات ورزشی داخلی برگزار می‌شود و این مسابقات با دوربین‌های صدا و سیما ضبط و از طریق شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی پخش می‌شود، در جریان این فعالیت‌های ورزشی - رسانه‌ای درآمدهایی نیز ایجاد می‌شود که عبارتند از:

۱. درآمدهای تبلیغاتی قبل، حین و پس از پخش مسابقه،
۲. درآمدهای محیطی (دور زمین، لباس ورزشکاران و ...)
۳. درآمد تبلیغاتی رسانه‌های اجتماعی نکته قابل توجه اینکه درآمدهای محیطی هم به مدد پخش رسانه‌ای ضریب نفوذ بیشتری می‌یابد و ارزش تبلیغاتی مضاعفی پیدا می‌کند. در این بین، رسانه‌های اجتماعی نیز محتوای ورزشی پخش شده از شبکه‌های صدا و سیما را به همان شکل یا با تغییراتی اندک منتشر می‌کنند که آنها نیز عوایدی از این محل کسب می‌کنند. حال مسئله این است که عواید حاصل شده به چه نسبتی میان کنشگران یعنی نهاد ورزش و رسانه (صدا و سیما) تقسیم شود.

بند «پ» ماده (۹۲)، قانون برنامه ششم توسعه

دولت مکلف است تا پایان سال اول اجرای برنامه با مشارکت سازمان صدا و سیما و وزارت ورزش و جوانان، تمهیدات قانونی لازم در خصوص نحوه تقسیم درآمدهای تبلیغاتی ناشی از پخش مسابقات ورزشی را پیش‌بینی کند.

اظهار نظر کارشناسی

- در قانون بودجه سال‌های ۱۳۹۹، ۱۴۰۰، ۱۴۰۱ مقرر شد که به استناد بند «پ» ماده (۹۲) قانون برنامه ششم توسعه، وزارت ورزش و جوانان و سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، درآمدهای تبلیغاتی ناشی از پخش مسابقات ورزشی را به ردیف درآمدی شماره ۱۴۰۱۸۴ نزد خزانه‌داری کل کشور واریز نماید. وجوه واریزی این محل ردیف به نسبت سی درصد (۳۰٪) در اختیار وزارت ورزش و جوانان (برای کمک به فدراسیون‌های مربوطه) و هفتاد درصد (۷۰٪) در اختیار سازمان صدا و سیما قرار می‌گیرد.

- گزارش نظارتی منتشر شده دیوان محاسبات کشور در خصوص وزارت ورزش و جوانان و دستگاه‌های اجرای تابعه در سال ۱۴۰۰ نشان می‌دهد که مبلغ ۷ میلیارد تومان (اعتبارات هزینه‌ای) از محل ردیف متفرقه ۴۷۰۰۰۰۵۳ با عنوان اعتبارات موضوع درآمدهای تبلیغاتی ناشی از پخش مسابقات ورزشی به دستگاه اجرایی وزارت ورزش و جوانان تخصیص یافت.

- مبلغ کل این ردیف در قانون بودجه سال ۱۳۹۹، ۵۰ میلیارد تومان و سهم وزارت ورزش و جوانان، ۱۵ میلیارد تومان و سهم صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، ۳۵ میلیارد تومان بود. در قانون بودجه سال ۱۴۰۰، با یک رشد ۲۰۰ درصدی این مبلغ به ۱۵۰ میلیارد تومان افزایش یافت و سهم وزارتخانه از این محل ۴۵ میلیارد تومان و سهم صدا و سیما ۱۰۵ میلیارد تومان بود و نهایتاً در قانون بودجه سال ۱۴۰۱، بودجه این ردیف محل با رشد ۱۱۰ درصدی به ۳۱۵ میلیارد تومان افزایش یافت.^[۱] از سوی دیگر، گزارش دیوان محاسبات در سال ۱۳۹۹ نشان داد که مبلغی از این محل ابلاغ، تخصیص و جذب نشده است.^[۲] بنابراین با توجه به اینکه روش‌های درآمدزایی پایدار در ورزش شامل سه بخش کلان فعالیت‌های تجاری و اقتصادی (مبتنی بر کپی‌رایت و مالکیت فکری و معنوی و موضوع برندینگ)، حق پخش رسانه‌ای (مبتنی بر پخش تلویزیونی) و درآمدهای روز مسابقه (مبتنی بر تملک استادیوم خانگی باشگاه میزبان) است و برای اجرایی شدن حکم مذکور، ضروری است نظام جامع باشگاه‌داری ورزشی به صورت قانون تصویب و ابلاغ شود که در آن صورت همه جوانب این موضوع در قانون ارائه خواهد شد و حوزه‌های ورزش و رسانه که به‌واقع اثر دوجندان و پیش‌برنده‌ای بر همدیگر دارند برای درآمدزایی از پخش مسابقات ورزشی نیازمند تعامل و ارتباط دوسویه و هم‌افزای هر دو حوزه است.

منابع درآمدی باشگاه‌های پُر درآمد فوتبال جهان طی سال‌های ۲۰۰۴ تا ۲۰۱۸^[۳]

منابع درآمدی باشگاه‌های رئال مادرید، بارسلونا، منچستر یونایتد، بایرن مونیخ، لیورپول، چلسی، آرسنال، تاتنهام، یوونتوس، اینتر میلان و شالکه ۰۴ در سه بخش درآمد روز مسابقه، درآمد حاصل از پخش زنده و درآمد بازرگانی در جدول ۱ ارائه شده است. این باشگاه‌ها در تمامی گزارش‌های بین سال‌های ۲۰۰۴ تا ۲۰۱۸ در بین ۲۰ باشگاه پُر درآمد جهان قرار داشتند.



جدول ۱. مجموع درآمدهای منابع درآمدی باشگاه‌های پُر در آمدفوتبال جهان بین سال ۲۰۰۴ تا ۲۰۱۸ (مبالغ بر حسب میلیون یورو)

باشگاه	مجموع درآمد روز مسابقه	مجموع درآمد پخش زنده	مجموع درآمد بازرگانی	مجموع کل درآمد
رئال مادرید	۱۶۳۵/۸	۲۵۴۶/۱	۲۸۶۱/۹	۷۰۴۳/۸
بارسلونا	۱۵۵۵/۶	۲۳۷۲/۸	۲۴۹۱/۳	۶۴۱۹/۷
منچستریونایتد	۱۸۰۸/۹	۲۰۱۱/۴	۲۵۰۰	۶۳۲۰/۳
بایرن مونیخ	۱۱۱۲/۲	۱۳۰۵/۶	۳۱۶۹/۳	۵۵۸۷/۱
چلسی	۱۳۰۶/۴	۱۹۵۸/۴	۱۵۰۸/۹	۴۷۷۳/۷
آرسنال	۱۵۷۱/۶	۱۸۵۱/۷	۱۱۵۵/۷	۴۵۷۹
لیورپول	۸۸۱/۹	۱۶۶۸/۲	۱۵۱۵/۲	۴۰۶۵/۳
یوونتوس	۴۳۷/۲	۲۱۸۷/۹	۱۱۵۲/۲	۳۷۷۷/۳
تاتنهام	۷۱۹/۳	۱۴۰۴/۴	۸۳۳/۳	۲۹۵۷
اینترمیلان	۴۲۲/۹	۱۶۲۵/۱	۹۰۶/۳	۲۹۵۴/۳
شالکه ۰۴	۵۴۹/۶	۷۹۵/۷	۱۲۰۰/۶	۲۵۴۵/۹

اطلاعات جدول ۲ نشان می‌دهد که درآمد این باشگاه‌ها طی ۱۵ سال (از محل پخش زنده) تقریباً ثابت بوده است و حدود ۴۱ درصد است. از سوی دیگر طی این ۱۵ سال از میزان درآمدهای روز مسابقه کاسته شده است و به میزان درآمدهای بازرگانی افزوده شده است. در صورتی که میانگین درصد درآمدزایی این باشگاه‌ها طی سال ۲۰۰۴ برای درآمد روز مسابقه، پخش زنده و فعالیت‌های بازرگانی به ترتیب ۲۸، ۴۱ و ۳۱ درصد بوده است و این میزان در سال ۲۰۱۸ به ترتیب ۱۷، ۴۱ و ۴۲ درصد بوده است.

جدول ۲. توزیع درصدی منابع درآمدی باشگاه‌های پُر در آمدفوتبال جهان بین سال‌های ۲۰۰۴ تا ۲۰۱۸ براساس سال

سال	درصد درآمد روز مسابقه از کل	درصد درآمد پخش زنده از کل	درصد درآمد بازرگانی از کل
۲۰۰۴	۲۸/۵۱	۴۱/۵۹	۳۰/۹۰
۲۰۰۵	۲۸/۷۷	۴۰/۵۲	۳۱/۲۲
۲۰۰۶	۲۷/۲۵	۳۹/۷۴	۳۳
۲۰۰۷	۲۹	۴۰/۵۸	۳۰/۴۱
۲۰۰۸	۲۶/۴۹	۴۰/۳۷	۳۳/۱۴
۲۰۰۹	۲۵/۹۴	۴۱/۸۰	۳۲/۲۶
۲۰۱۰	۲۴/۹۵	۴۳/۳۸	۳۱/۶۸
۲۰۱۱	۲۳/۳۰	۴۱/۷۵	۳۴/۹۵
۲۰۱۲	۲۹/۰۹	۳۸/۹۱	۳۸
۲۰۱۳	۲۰/۸۶	۳۵/۱۶	۴۳/۹۷
۲۰۱۴	۱۹/۱۸	۳۶/۲۵	۴۴/۵۷
۲۰۱۵	۱۸/۵۹	۳۷/۹۵	۴۳/۴۵
۲۰۱۶	۱۸/۰۵	۳۶/۷۲	۴۵/۲۳
۲۰۱۷	۱۷/۱۱	۴۲/۹۰	۳۹/۹۹
۲۰۱۸	۱۷/۴۳	۴۰/۶۴	۴۱/۹۴



بررسی وضعیت اقتصادی لیگ برتر فوتبال ایران

بررسی لیگ برتر فوتبال ایران در سال های اخیر نشان می دهد که با وجود شرایط مطلوب برای درآمدزایی با توجه به تعادل رقابتی مناسب، همچنان از لحاظ اقتصادی در شرایط دشواری به سر می برد و از لحاظ درآمدزایی، لیگ و باشگاه های فوتبال در جایگاه مناسبی نیستند. نگاه دقیق به منابع درآمدی، نقش بارز هواداران را در میزان توسعه اقتصادی لیگ و باشگاه ها نشان می دهد. بدین طریق که درآمدهای لیگ ها و باشگاه های ورزشی به طور مستقیم و غیر مستقیم به هواداران مرتبط است.

جدول ۳. منابع جذب درآمدی فوتبال ایران ۱۳۹۸-۱۳۹۳^[۴]

نهاد متصدی	منابع درآمدی	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸
به صورت کامل در اختیار سازمان لیگ	حق پخش تلویزیونی	۰	۰	۰	۰	۰	۰
	تبلیغات محیطی (مبالغ به تومان)	قرارداد: ۸۰ میلیارد دریافت: ۴۵ میلیارد	قرارداد: ۸۰ میلیارد دریافت: ۴۵ میلیارد	قرارداد: ۴۵ میلیارد دریافت: ۲۰ میلیارد	قرارداد: ۶۰ میلیارد دریافت: ۳۰ میلیارد	قرارداد: ۶۵ میلیارد دریافت: ۲۰ میلیارد	قرارداد: پیمان مدیریت ۷۰ درصد سازمان لیگ، ۳۰ درصد شرکت مجری
	بلیت فروشی	نامشخص	نامشخص	نامشخص	نامشخص	نامشخص	نامشخص
در اختیار باشگاه	هواداری	درآمد باشگاه ۸۰ درصد	درآمد باشگاه ۸۰ درصد	درآمد باشگاه ۸۰ درصد	درآمد باشگاه ۸۰ درصد	درآمد باشگاه ۸۰ درصد	درآمد باشگاه ۸۰ درصد
	اسپانسر	درآمد باشگاه ۲۰ درصد	درآمد باشگاه ۲۰ درصد	درآمد باشگاه ۲۰ درصد	درآمد باشگاه ۲۰ درصد	درآمد باشگاه ۲۰ درصد	درآمد باشگاه ۲۰ درصد

جدول ۳ نشان می دهد که فوتبال ایران تقریباً به جز درصدی درآمد از فعالیت تجاری و اقتصادی که بیشتر از محل حامیان مالی و تبلیغات محیطی است (نه مالکیت معنوی یا همان کپی رایت) عایدی دیگری ندارد، هر چند این مبالغ طی سال های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۷ از میزان ۴۵ میلیارد تومان دریافتی به ۲۰ میلیارد تومان تقلیل یافت. از سویی، درآمد حاصل از روز مسابقه که بخشی از آن شامل بلیت فروشی می شود نیز عدد قابل اعتنایی نیست و مبلغ دقیق آن نیز نامشخص است.

درباره درآمد ناشی از پخش تلویزیونی که تاکنون محقق نشده است، باید براساس تکلیف قانونی حکم بند «پ» ماده (۹۲) قانون برنامه ششم توسعه موضوع «نحوه تقسیم درآمدهای تبلیغاتی ناشی از پخش مسابقات ورزشی» اقدام شود. در این باره، شایان ذکر است محل اصلی تأمین اعتبارات مالی سازمان صدا و سیما به عنوان مؤسسه دولتی، بودجه عمومی کشور بوده و درآمدهای ناشی از تبلیغات و آگهی های بازرگانی به عنوان درآمدهای اختصاصی به حساب خزانه کشور واریز شده تا از طریق ردیف بودجه سنواتی برای مصارف خاص و پیش بینی شده هزینه شود.

جمع بندی و پیشنهاد

با توجه به چالش های پیش روی باشگاه های ورزشی کشور و ممنوعیت پرداخت هر گونه وجهی از محل بودجه عمومی کشور به این باشگاه ها (به موجب تبصره ماده (۱۳) برنامه پنجم توسعه و حکم تبصره «۲» ماده (۹۴) قانون برنامه ششم توسعه)، پیش بینی قانونگذار برای جبران این ممنوعیت از طریق کسب عواید حاصل از محل درآمدهای تبلیغاتی ناشی از پخش مسابقات ورزشی داخلی و ملی همه باشگاه های ورزشی پرهوادار، پرمخاطب و رسانه ای در قالب بند «پ» ماده (۹۲) قانون برنامه ششم؛ اقدامی مثبت تلقی می شود که به رغم اجرایی نشدن این حکم در قوانین بودجه سنواتی سال های ۱۳۹۶ تاکنون، راهکارهای ذیل برای حل این مسئله و معضل ارائه می شود.

۱. با توجه به اینکه روش های درآمدزایی پایدار در ورزش شامل سه بخش کلان فعالیت های تجاری و اقتصادی (مبتنی بر کپی رایت و مالکیت فکری و معنوی و موضوع برندینگ)، حق پخش رسانه ای (مبتنی بر پخش تلویزیونی) و درآمدهای روز مسابقه (مبتنی بر تملک استادیوم خانگی باشگاه میزبان) است؛ برای اجرایی شدن حکم مذکور، ضروری است نظام جامع باشگاه داری ورزشی به صورت قانون تصویب و ابلاغ شود که در آن صورت همه جوانب این موضوع در قانون ارائه خواهد شد.

۲. در راستای اجرایی شدن بند «پ» ماده (۹۲) قانون برنامه ششم توسعه در خصوص موضوع تقسیم درآمدهای تبلیغاتی ناشی از پخش



مسابقات ورزشی کشور بندهای ذیل پیشنهاد می شود:

الف) وزارت ورزش و جوانان موظف است به نمایندگی از فدراسیون ها و باشگاه های ورزشی؛ همه درآمدی که از محل تبلیغات محیطی مسابقات ورزشی کسب می شود را به ردیف درآمدی شماره ۱۸۴۰۱۴۰ نزد خزانه داری کل کشور واریز کند. سازمان صدا و سیما نیز باید همه درآمدهای قبل، حین و بعد از مسابقات ورزشی تیم های ایرانی اعم از باشگاهی و ملی را به همین حساب واریز نماید و کل این مبلغ به نسبت مساوی بین وزارت ورزش و جوانان و سازمان صدا و سیما تقسیم می شود.

ب) ده درصد (۱۰٪) منابع درآمدی حاصل از پخش محتوای ورزشی در سامانه نمایش آنلاین (وی اودی)، تلویزیون تعاملی (آی پی تی وی) و وبسایت ها به ردیف درآمدی تعیین شده نزد خزانه داری کل کشور واریز شود. وجوه واریزی به نسبت مساوی بین وزارت ورزش و جوانان و سازمان صدا و سیما تقسیم می شود.

۱. سهم پرداخت شده به وزارت ورزش و جوانان از منابع مندرج در بند «الف» و «ب» به باشگاه ها و فدراسیون های ورزشی تعلق دارد و در اختیار آنها قرار می گیرد.

۲. وزارت امور اقتصاد و دارایی در موضوع تراکنش های مالی و وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات در موضوع زیرساخت ها و امکانات وی اودی ها، آی پی تی وی ها و وبسایت ها موظف به همکاری با وزارت ورزش و جوانان (به نمایندگی از فدراسیون ها و باشگاه های ورزشی) و سازمان صدا و سیماست.



منابع و مآخذ



[۱] مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی. گزارش سیاستی با عنوان «بررسی لایحه بودجه سال ۱۴۰۱ کل کشور ۴۴. بودجه حوزه تربیت بدنی ورزش و جوانان». شماره مسلسل ۱۸۰۰۳، تاریخ انتشار: ۲۵ دی ماه ۱۴۰۰، ص ۵.

[۲] دیوان محاسبات کشور. گزارش وضعیت اجرای بودجه در هشت ماهه اول سال ۱۳۹۹ وزارت ورزش و جوانان، کمیته های ملی المپیک و پارالمپیک، شرکت فرهنگی ورزشی استقلال و شرکت های ورزشی.

[3] KPMG (2020). The European Champions Report 2020. January, 2020. footballbenchmark.com

[۴] مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی. گزارش سیاستی با عنوان «شیوه های درآمدزایی باشگاه های حرفه ای ورزش ایران (با تأکید بر رشته فوتبال)». شماره مسلسل ۱۷۴۱۵، تاریخ انتشار: ۱۳ اسفندماه ۱۳۹۹، ص ۲۰.

