

## تحلیل موانع اقتصادی مؤثر بر اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی در ورزش حرفه‌ای ایران

مجید جلالی فراهانی<sup>۱</sup>، ابراهیم علی دوست قهفرخی<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۹۰/۰۵/۲۳

تاریخ پذیرش: ۹۰/۱۱/۱۷

### چکیده

هدف این پژوهش بررسی و تحلیل موانع اقتصادی اثرگذار بر اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی در ورزش حرفه‌ای جمهوری اسلامی ایران است. با توجه به هدف اصلی پژوهش، روش انجام پژوهش از نوع کیفی است. به این منظور، با انجام مصاحبه‌های کیفی با خبرگان و متخصصان، مهم‌ترین موانع اقتصادی موجود در مسیر پیاده‌سازی سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی در ورزش حرفه‌ای کشور شناسایی شد. در پژوهش حاضر، نمونه‌گیری از افرادی انجام شد که مربوط‌ترین داده‌ها را درباره موضوع پژوهش فراهم می‌کردند؛ از این رو از نظرات ۲۶ نفر در قالب ۳۵ مصاحبه استفاده شد و زمانی که موضوع به حد اشباع نظری رسید، فرآیند جمع‌آوری یافته‌ها پایان یافت. مطابق با مبانی پژوهش‌های کیفی، تحلیل یافته‌ها همزمان با جمع‌آوری داده‌ها انجام شد. یافته‌های پژوهش ۲۱ مانع مهم را در راستای اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی نشان داد که می‌توان این موانع را در دو دسته کلی «موانع اقتصادی و مالی» و «موانع سرمایه‌گذاری و حمایت مالی» طبقه‌بندی کرد. مهم‌ترین موانع شناسایی شده در این زمینه عبارت بودند از: بی‌ثباتی در سیاست‌های پولی و مالی کشور، مشارکت نکردن سرمایه‌گذاران خارجی در بازارهای سرمایه داخلی، مالکیت دولتی بسیاری از صنایع، کارخانجات، نهادها و سازمان‌های ورزشی و غیرورزشی، کم بودن سرانه درآمد ملی در کشور، نبود امنیت اقتصادی و خطر زیاد سرمایه‌گذاری در ورزش حرفه‌ای، عدم تخصیص حق پخش تلویزیونی مناسب به باشگاه‌ها، وجود رقابت ناعادلانه بین باشگاه‌های دولتی و باشگاه‌های خصوصی، ساختار بلیت فروشی متمرکز در سازمان لیگ حرفه‌ای، شفاف نبودن اطلاعات مالی و اقتصادی باشگاه‌ها، سازمان لیگ و فدراسیون.

**واژگان کلیدی:** خصوصی‌سازی، باشگاه حرفه‌ای، اقتصاد ورزش، فوتبال.

### مقدمه

مطابق اصل ۴۴ قانون اساسی، نظام اقتصادی جمهوری اسلامی ایران بر پایه سه بخش دولتی، تعاونی و خصوصی با برنامه‌ریزی منظم و صحیح استوار است (۱). با توجه به اینکه سیاست‌های کلی اصل ۴۴ ناظر بر فعالیت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی است، سؤالی که وجود دارد این است که آیا مسائل مربوط به ورزش کشور را نیز شامل می‌شود؟ برخی محققان اعتقاد دارند اصل ۴۴ اصلی اقتصادی است و چون ورزش بیشتر در قالب خدمات است؛ جزء مقولات اقتصادی محسوب نمی‌شود. با این حال، ورزش (در اشکال مختلف آن) برای بسیاری از افراد جامعه به‌عنوان حرفه شناخته می‌شود و زمانی که فعالیت‌های به‌عنوان حرفه شناخته شود، در اقتصاد جایگاهی برای آن تعریف می‌کنند. اتفاقات عصر حاضر باعث شده است که صرفه‌های اقتصادی ورزش بسیار چشمگیر شود، به‌طوری که باشگاه‌های ورزشی دنیا در زمره بنگاه‌های سودده قرار دارند (۲).

نقش باشگاه‌ها در صنعت ورزش اهمیت بیشتری دارد به‌طوری که باشگاه‌های حرفه‌ای ورزشی به‌عنوان هسته اصلی آن به شمار می‌روند. ریشه و هسته اصلی توسعه ورزش حرفه‌ای در درون باشگاه‌ها شکل می‌گیرد و زیرساخت اصلی صنعت ورزش باشگاه‌هایی هستند که به مثابه کارخانه‌های تولیدی و بنگاه‌های اقتصادی این صنعت عمل می‌کنند (۳).

امروزه، سازمان‌های ورزشی دولتی از لحاظ کارآیی عملیاتی و عملکرد مالی در حد کمتر از مطلوب قرار دارند و چندان دلخواه عموم جامعه نیستند؛ از این رو بسیاری از سازمان‌های ورزشی که کاملاً در مالکیت دولت هستند و به شکل دولتی اداره می‌شوند با کمبود بودجه مواجه می‌شوند. مالکیت دولتی بیشتر شرکت‌های تجاری سبب می‌شود رقابتی بین آن‌ها وجود نداشته باشد. از طرفی، باشگاه‌های ما نیز دولتی است که مانعی در راه درآمدزایی بهینه محسوب می‌شود. تا هنگامی که دولت به باشگاه‌ها کمک می‌کند آن‌ها نیز به سمت درآمدزایی نمی‌روند. با توجه به اینکه ما در اقتصاد کشورمان به صورت درون‌گرا عمل می‌کنیم، بیشتر حامیان مالی نیز رغبتی برای سرمایه‌گذاری مستقیم در صنعت ورزش ندارند و به همین دلیل است که بسیاری از حامیان مالی از دست رفته‌اند (۴).

دالز و سودرمن<sup>۱</sup> (۲۰۰۶) نحوه شکل‌گیری و پیاده‌سازی فوتبال حرفه‌ای را در ژاپن بررسی و بیان کردند که در فرآیند تأسیس و در شروع لیگ حرفه‌ای فوتبال ژاپن پنج منبع مهم برای توسعه مالی باشگاه‌ها پیش‌بینی شده بود که عبارت بودند از: هواداران و حامیان، اعضای رسمی

1. Dolles, H., Söderman, S.

باشگاه، رسانه‌ها، حامیان مالی و شرکت‌ها و نهادهای محلی (۵). همچنین، پژوهش نائورایت و رامفورد<sup>۱</sup> (۲۰۱۰) نیز نشان داد تغییر سازماندهی و گرایش باشگاه‌ها به فعالیت‌های تجاری، موجب جذب سرمایه‌گذاران خارجی و بین‌المللی، به‌خصوص سرمایه‌گذاران آمریکایی شده است. محققان اعتقاد دارند چنین موقعیتی به‌دلیل تأثیر سازماندهی و ساختار بازاریابی لیگ‌های حرفه‌ای آمریکای شمالی بر لیگ برتر انگلستان بوده است. این ساختار بر پایه تمرکز بر منابع گوناگون درآمدی از قبیل حق پخش رسانه‌ای، فروش جایگاه‌های ویژه در ورزشگاه، فروش اجناس ویژه با نشان باشگاه و ارائه خدمات متنوع به هواداران و تماشاگران قرار دارد (۶). یکی از راه‌هایی که برای غلبه بر مشکلات بخش عمومی پیشنهاد شده و طرفداران زیادی پیدا کرده، واگذاری به بخش خصوصی است (۷). بخش خصوصی ورزش می‌تواند نقش مؤثری در توسعه ورزش همگانی، قهرمانی و همچنین اهدافی از قبیل اشتغال‌زایی و افزایش بهره‌وری اماکن و تجهیزات ورزشی داشته باشد (۸). همچنین، مطابق قانون برنامه چهارم توسعه تا پایان برنامه (سال ۱۳۸۸) باید تمامی فعالیت‌های اجرایی تأمین منابع ورزش حرفه‌ای به بخش‌های غیردولتی واگذار می‌شد، ولی مروری بر نوع مالکیت باشگاه‌های حرفه‌ای ایران نشان می‌دهد دولت تصدی بسیاری از باشگاه‌های حرفه‌ای را بر عهده دارد. (۹).

خصوصی‌سازی ورزش در کشورهای غربی و توسعه‌یافته اهمیت بسیار زیادی دارد و با جدیت به این مقوله پرداخته شده است. یکی از مهم‌ترین دلایل آن اهمیت اقتصادی ورزش و تفریحات سالم است (۱۰). مولین<sup>۲</sup> (۱۹۸۳) برای اولین بار از ورزش به‌عنوان «صنعت» یاد کرد. او اشاره کرد هرگونه فعالیت ورزشی غیرحرفه‌ای و حرفه‌ای که موجب افزایش ارزش افزوده کالا و خدمات ورزشی شود «صنعت ورزش» محسوب می‌شود (۱۱).

نتایج تحقیقات در کشورهای با درآمد کم اقتصادی نشان داده که موفقیت خصوصی‌سازی مستلزم ایجاد محیطی مناسب است تا بخش خصوصی توانایی انجام کار در آن موقعیت را داشته باشد. ایجاد چنین محیطی مستلزم اصلاحات کلان اقتصادی، بهبود چهارچوب حقوقی و قانونی، تقویت سیستم مالی، از بین بردن موانع رقابت و مقررات‌زدایی از بازار کالا و خدمات است. رامامورتی<sup>۳</sup> (۱۹۹۹) ثبات اقتصادی، آزادسازی اقتصادی و مقررات‌زدایی را از شرایط جدایی‌ناپذیر موفقیت برنامه خصوصی‌سازی بر می‌شمارد (۱۲).

ارتباط باشگاه‌های ورزشی با مراجع دولتی نیز موضوعی است که هنوز در بعضی از کشورها به-

1. Nauright, J., Ramfjord, J.

2. Mullin

3. Ramamurti, R.

صورت روشن و مشخص تعریف نشده است (۱۳). به هر حال، دولت‌ها بنا به دلایل مختلف تمایل دارند تا در امور ورزشی وارد شوند. جکسون<sup>۱</sup> (۱۹۹۸) با انجام مطالعاتی بیان کرده است که نگرش دولت‌ها به ورزش و باشگاه‌های ورزشی می‌تواند از حمایت فعالانه تا نادیده گرفتن آن در نوسان باشد (۱۴). باشگاه‌های ورزشی نیز به دلایل مختلف نیاز مبرم به حمایت دولت دارند، ولی آنچه اهمیت دارد این است که رابطه دولت و باشگاه باید روشن و صریح تعریف و تبیین شود (۱۵).

موضوع قابل طرح دیگر در مقوله باشگاه‌داری بحث مالکیت دولت است. امروزه، مقوله مالکیت دولتی باشگاه‌های حرفه‌ای به شدت غیرمعمول و در بسیاری از موارد از جمله در کشورهای اروپایی نظیر انگلستان، فرانسه، ایتالیا، اسپانیا و آلمان کاملاً غیرقانونی است. در چنین کشورهایی نه تنها باشگاه‌های حرفه‌ای از بدنه دولتی ارتزاق نمی‌کنند، بلکه به دولت مالیات نیز پرداخت می‌کنند. از آنجا که باشگاه‌ها در این کشورها به‌عنوان شرکت‌های تجاری به ثبت می‌رسند، مشمول قانون تجارت و ملزم به پرداخت مالیات‌اند (۳).

کاشف و همکارانش (۱۳۸۶) در پژوهش خود با عنوان «بررسی موانع و مشکلات موجود در رابطه با اصل ۴۴ قانون اساسی در ورزش از دیدگاه صاحبان باشگاه‌های خصوصی شهرستان اصفهان» ۱۵ مورد از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر خصوصی‌سازی ورزش را به سه دسته عوامل مرتبط با قانون، عوامل فرهنگی و عوامل اقتصادی تقسیم‌بندی کردند. مهم‌ترین عوامل اقتصادی عبارت بودند از: ناکافی بودن تسهیلات مثل وام بانکی، ناتوانایی مالی مردم در استفاده از بخش‌های خصوصی، فراهم نبودن زمینه لازم برای قیمت‌گذاری مناسب خدمات، هزینه زیاد ساخت اماکن و تجهیزات ورزشی، نبود امنیت برای سرمایه‌گذاری، ناتوانی در تأمین حقوق و دستمزد منابع انسانی (۱۶).

پاداش و همکارانش (۱۳۸۸) در پژوهشی با هدف تعیین و اولویت‌بندی عوامل مدیریتی و اجرایی مؤثر بر خصوصی‌سازی باشگاه‌های ورزشی نشان داد جنبه‌های اقتصادی مهم‌ترین عامل مؤثر بر خصوصی‌سازی باشگاه‌های ورزشی است و پس از آن به ترتیب جنبه‌های حقوقی و قانونی، جنبه‌های اجتماعی و در انتها جنبه‌های مدیریتی و اجرایی قرار داشتند؛ در نتیجه، باید قبل از اقدام به خصوصی‌سازی باشگاه‌های ورزشی به جنبه‌های اقتصادی دقت کرد و با افزایش امنیت اقتصادی، برقراری سیستم‌های مناسب مالی در باشگاه‌ها و شفاف کردن اطلاعات مالی باشگاه‌ها راه را برای خصوصی‌سازی هموارتر کرد (۴).

در همین خصوص، کین<sup>۱</sup> (۲۰۰۹) ضمن اشاره به مشکلات مالی باشگاه‌ها و افزایش روز افزون بدهی‌ها در لیگ فوتبال انگلستان، برای رفع این مشکلات پیشنهاداتی را ارائه می‌کند که مهم‌ترین آن‌ها انتخاب فرد یا افراد مناسب و شایسته به‌عنوان مالک باشگاه است. وی حتی دقت در انتخاب مدیر باشگاه را به‌عنوان راه حلی برای رفع این مشکلات پیشنهاد می‌کند (۱۷). بارونسلی و لاگو<sup>۲</sup> (۲۰۰۶) نیز ضمن بررسی بحران مالی در باشگاه‌های فوتبال لیگ ایتالیا بیان کردند، اصلی‌ترین دلیل بحران مالی در لیگ فوتبال ایتالیا افزایش بی‌رویه قیمت بازیکنان است و با اصلاحاتی که در شیوه و نوع قراردادها اعمال شد و همچنین با تغییر برخی از قوانین لیگ فوتبال (از جمله کاهش تعداد بازیکنان تیم‌ها) و تغییر سیاست‌های باشگاه‌ها (مانند استفاده از بازیکنان ارزان‌قیمت آفریقایی و آسیایی، تشکیل تیم‌های پایه و سرمایه‌گذاری روی بازیکنان جوان) بخشی از این مشکلات مرتفع شد (۱۸).

میچی و آوتون<sup>۳</sup> (۲۰۰۵) در تحقیقی به تجزیه و تحلیل باشگاه‌هایی پرداختند که به شکل شرکتی اداره می‌شدند و در انتها پیشنهاد کردند برای مقابله با وضعیت اقتصادی بسیار دشوار صنعت ورزش اداره باشگاه‌ها به‌صورت شرکت‌های تجاری می‌تواند به‌منزله راهکاری مناسب مد نظر قرار گیرد. این بررسی نشان داد اداره باشگاه‌ها به‌صورت شرکتی نه تنها باعث بهبود معیارهای اداره باشگاه‌ها شده، بلکه باشگاه‌ها توانسته‌اند با شفاف کردن اطلاعات مدیریتی و مالی خود سود بیشتری به‌دست آورند؛ زیرا حامیان مالی از باشگاه‌هایی که اطلاعات شفاف و روشن‌تری داشته‌اند، بیشتر حمایت کرده‌اند (۱۹).

همیل و والتر<sup>۴</sup> (۲۰۱۰) ضمن بررسی عملکرد مالی باشگاه‌های فوتبال انگلستان از ابتدای برگزاری لیگ برتر در سال ۱۹۹۲ بیان کردند که اگرچه درآمد باشگاه‌ها، به‌ویژه به‌دلیل حق پخش تلویزیونی زیاد شده است، هر ساله میزان سود مالیات معوقه باشگاه‌ها افزایش یافته و باشگاه‌های زیادی وجود دارند که میزان بدهی‌های آن‌ها افزایش یافته است. یافته‌های آن‌ها نشان داد این باشگاه‌ها برای بقا باید مالک یا سرمایه‌گذار خود را عوض کنند یا در فرآیندهای مالی خود تجدید نظر کنند، با این حال حدود ۵۰ باشگاه از سال ۱۹۹۲ تا ۲۰۰۹ با ورشکستگی مواجه شده‌اند (۲۰).

طبق اصل ۴۴ قانون اساسی، دولت باید زمینه خصوصی‌سازی یا واگذاری باشگاه‌ها به بخش

- 
1. Keen, MP. A.
  2. Baroncelli, A., Lago, U.
  3. Michie, J. & Oughton, C.
  4. Hamil, S. Walters, G.

غیردولتی را فراهم کند؛ یعنی باید هرچه سریع‌تر زمینه‌آهش تصدی‌گری دولت ایجاد شود. مسئله و موضوع این پژوهش بیانگر وضعیت و مشکلاتی است که در سیستم اقتصادی کشور و به تبع آن در سیستم ورزش کشور، به‌ویژه در بخش ورزش حرفه‌ای احساس می‌شود و آن پیداه نشدن سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی در خصوص مسائل اقتصادی ورزش کشور است. بررسی‌ها نشان می‌دهد پژوهش یا مطالعاتی در این زمینه انجام نشده و معدود پژوهش‌های مربوط نیز تنها حوزه‌هایی خاص از بحث خصوصی‌سازی را پوشش داده‌اند.

### روش‌شناسی پژوهش

با توجه به هدف اصلی پژوهش، روش انجام پژوهش از نوع کیفی بود. پژوهش کیفی<sup>۱</sup> نوعی پژوهش است که یافته‌هایی را به دست می‌دهد که با شیوه‌هایی غیر از روش‌های آماری یا هرگونه کمی شدن کسب شده‌اند؛ به بیان دیگر، داده‌ها در پژوهش کیفی به‌صورت واژه (و نه ارقام) به توصیف موضوع می‌پردازند. این نوع داده‌ها برای توصیف و تشریح وضعیت پدیده‌ها (موضوع و مقولات مورد پژوهش) به‌کار می‌رود. علاوه بر آن، به کمک داده‌های کیفی می‌توان درباره روابط بین مقولات و عمق ساختار آن‌ها به تدوین فرضیه پرداخت و سرانجام نظریه‌پردازی کرد (۲۱).

برای اجرای پژوهش، ابتدا از طریق رجوع به اطلاعات موجود در پایگاه‌های اینترنتی، کتب، مجلات و نشریات مختلف مبانی نظری و پیشینه موضوع بررسی شد. سپس، با انجام مصاحبه‌های کیفی با خبرگان و متخصصان مهم‌ترین موانع اقتصادی اثرگذار بر اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی در ورزش حرفه‌ای کشور شناسایی شد.

گفتنی است، با توجه به مبانی نظری پژوهش‌های کیفی، همزمان با انجام مصاحبه‌ها تحلیل و کدگذاری آن‌ها نیز انجام شد، به‌طوری که تحلیل هر مصاحبه به همراه یافته‌های قبلی به‌عنوان راهنمای مصاحبه و معیاری برای انتخاب افراد بعدی بود. انجام مصاحبه‌های کیفی تا حد رسیدن به اشباع نظری ادامه پیدا کرد. آنگاه موانع شناسایی‌شده در قالب مؤلفه‌هایی دسته‌بندی و به‌طور مجزا ارائه شدند. در مرحله بعد، نظرات و راه‌کارهای افراد نمونه در این خصوص به‌طور جامع و کامل گردآوری و دسته‌بندی شد و در نهایت نیز یافته‌ها تجزیه و تحلیل شدند.

جامعه آماری پژوهش استادان و اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های کشور در زمینه مدیریت ورزشی و اقتصاد، کلیه مدیران ارشد سازمان تربیت بدنی و کمیته ملی المپیک، رؤسای فدراسیون‌ها و مدیران عامل باشگاه‌های ورزشی، اعضای کمیسیون‌های اقتصادی و ورزش در مجلس شورای اسلامی در دوره

## 1. Qualitative Research

زمانی برنامه پنج‌ساله چهارم (از ۱۳۸۴ تا ۱۳۸۸) بود که حدود ۱۵۰ نفر را شامل می‌شد. همچنین، به منظور دریافت نظرات خبرگان و متخصصان از افراد شناخته‌شده و صاحب نام در عرصه‌های خصوصی‌سازی و همچنین باشگاه‌داری خصوصی نیز استفاده شد.

براساس مطالعات و بررسی‌ها، نمونه‌گیری از افرادی انجام شد که بیشترین فرصت را برای گردآوری مربوط‌ترین داده‌ها درباره پدیده تحت مطالعه فراهم می‌کردند. در انتخاب افراد برای انجام مصاحبه، ابتدا تیم پژوهش حدود ۴۵ نفر از افرادی را که تصور می‌شد در زمینه موضوع پژوهش صاحب‌نظر و خبره‌اند شناسایی و اقدام به مصاحبه نمود. (برخی از این افراد نیز با وجود پیگیری‌های زیاد محققان، حاضر به انجام مصاحبه نشدند). از نکات بسیار قابل توجه در انتخاب افراد مصاحبه شونده، توجه به چندوجهی بودن آن‌ها بود؛ به‌عنوان مثال، برخی از نمایندگان مجلس یا اعضای مجمع تشخیص مصلحت نظام ضمن صاحب‌نظر بودن در عرصه اقتصاد، سابقه مدیریت در عرصه ورزش را نیز داشتند.

زمانی که موضوع به حد اشباع نظری رسید، فرآیند انجام مصاحبه و جمع‌آوری داده‌ها پایان یافت. در منابع علمی انجام ۱۲ تا ۱۸ مصاحبه را برای رسیدن به اشباع نظری کافی می‌دانند، با این حال محققان برای اطمینان از رسیدن به اشباع نظری ۳۵ مصاحبه را با ۲۶ نفر انجام دادند (با برخی افراد بیش از یک بار مصاحبه شد). منظور از اشباع نظری زمانی است که به نظر نمی‌رسد با انجام مصاحبه‌های جدید، داده‌های تازه‌ای در مورد مقوله مورد نظر به دست آید. جدول ۱ تنوع و تعداد افراد مصاحبه‌شده را به تفکیک جایگاه و موقعیت شغلی و اجتماعی نشان می‌دهد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش استقرای منطقی، به‌منظور مفهوم‌سازی و نظریه‌پردازی استفاده شد. این فرآیند بدین ترتیب بود: (۱) اجرا و ویرایش مصاحبه‌ها؛ (۲) کدگذاری نظرات؛ (۳) طبقه‌بندی نظرات در گروه‌های مفهومی یکسان؛ (۴) تفسیر مفاهیم برآمده از پژوهش؛ (۵) ترکیب مفاهیم و نتیجه‌گیری و (۶) مقایسه نتایج با نتایج سایر مطالعات (۲۲).

جدول ۱. تنوع و تعداد افراد مصاحبه‌شده به تفکیک جایگاه و موقعیت شغلی و اجتماعی

تعداد مصاحبه	تعداد افراد	جایگاه و موقعیت شغلی و اجتماعی
۴ مصاحبه	۳ نفر	اعضای مجمع تشخیص مصلحت نظام و شورای عالی انقلاب فرهنگی
۸ مصاحبه	۴ نفر	نمایندگان مجلس شورای اسلامی
۶ مصاحبه	۴ نفر	اعضای هیئت علمی و استادان دانشگاه در رشته مدیریت ورزشی
۴ مصاحبه	۴ نفر	اعضای هیئت علمی و استادان دانشگاه در رشته اقتصاد
۴ مصاحبه	۴ نفر	رؤسا و مدیران ارشد سازمان تربیت بدنی و کمیته ملی المپیک
۵ مصاحبه	۳ نفر	رؤسا و مدیران ارشد فدراسیون‌های ورزشی
۴ مصاحبه	۴ نفر	رؤسا و مدیران عامل باشگاه‌های حرفه‌ای خصوصی و دولتی
۳۵ مصاحبه	۲۶ نفر	مجموع

### یافته‌ها و نتایج پژوهش

پس از انجام مصاحبه با خبرگان و متخصصان و تجزیه و تحلیل آن‌ها، موانع اقتصادی اثرگذار بر اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی در ورزش حرفه‌ای کشور شناسایی و در دو دسته کلی با عنوان «موانع اقتصادی و مالی» و «موانع سرمایه‌گذاری و حمایت مالی» طبقه‌بندی شدند. منظور از موانع اقتصادی و مالی، موانعی است که بیشتر در اقتصاد کلان کشور ریشه دارند و می‌توانند بر اقتصاد محیط‌های ورزشی و به‌خصوص ورزش حرفه‌ای اثرگذار باشند. موانع سرمایه‌گذاری و حمایت مالی نیز موانعی است که در نتیجه مشکلات اقتصادی محیط‌های ورزشی و به‌ویژه ورزش حرفه‌ای ایجاد می‌شوند. مهم‌ترین موانع اقتصادی در مسیر پیاده‌سازی سیاست‌های کلی اصل ۴۴ در ورزش حرفه‌ای کشور در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲. موانع اقتصادی در اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ در ورزش حرفه‌ای

ردیف	مهم‌ترین موانع اقتصادی و مالی
۱	بی‌ثباتی در سیاست‌های پولی و مالی کشور
۲	تغییرات پی در پی و بی‌رویه در متغیرهای کلان اقتصادی مانند نرخ ارز
۳	بازار مالی کوچک و تحت کنترل دولت و عدم آزادسازی بازار در اقتصاد کل کشور
۴	مشارکت نکردن سرمایه‌گذاران خارجی در بازارهای سرمایه داخلی
۵	مالکیت دولتی بسیاری از صنایع، کارخانجات، نهادها و سازمان‌های ورزشی و غیرورزشی
۶	کم بودن سرانه درآمد ملی در کشور
۷	نبود توجه اساسی به ورزش در سبد هزینه خانوار
۸	وجود نظام مالیاتی نامناسب و غیرکارآمد در ورزش حرفه‌ای
ردیف	مهم‌ترین موانع سرمایه‌گذاری و حمایت مالی
۱	نبود امنیت اقتصادی و خطر زیاد سرمایه‌گذاری در ورزش حرفه‌ای
۲	بی‌اعتنایی بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در ورزش حرفه‌ای به دلیل عدم تضمین بازگشت سرمایه
۳	تخصیص نیافتن حق پخش تلویزیونی مناسب به باشگاه‌ها
۴	رعایت نکردن حقوق مالکیت معنوی باشگاه‌های حرفه‌ای
۵	ناشناخته بودن و اعتبار کم نشان باشگاه‌ها و لیگ حرفه‌ای در سطح ملی و بین‌المللی
۶	وجود رقابت ناعادلانه بین باشگاه‌های دولتی و باشگاه‌های خصوصی
۷	سیستم‌های مالی نامناسب در باشگاه‌های حرفه‌ای
۸	استیجاری بودن مالکیت ورزشگاه‌ها در بیشتر باشگاه‌های حرفه‌ای
۹	استفاده نادرست از محیط ورزشگاه‌ها برای درآمدزایی و تحقق اهداف حمایت مالی
۱۰	کیفیت ضعیف تأسیسات رفاهی و امکانات فیزیکی ورزشگاه‌های محل برگزاری مسابقات
۱۱	ساختار بلیت فروشی متمرکز در سازمان لیگ حرفه‌ای
۱۲	شفاف نبودن اطلاعات مالی و اقتصادی باشگاه‌ها، سازمان لیگ و فدراسیون
۱۳	افزایش قیمت بی‌رویه بازیکنان و مربیان در فصل نقل و انتقالات به دلیل وجود نظام دلالی



### بحث و نتیجه‌گیری

**بررسی موانع اقتصادی و مالی:** اصلی‌ترین موانع اقتصادی و مالی که در اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی در ورزش حرفه‌ای شناسایی شد در جدول ۲ ارائه شده است. بی‌ثباتی در سیاست‌های پولی و مالی کشور و تغییرات پی در پی و بی‌رویه در متغیرهای کلان اقتصادی مانند نرخ ارز از مهم‌ترین موانع اقتصادی و مالی است. سیاست‌ها و استراتژی‌هایی که دولت اتخاذ می‌کند و در مواردی به قانون و مقررات تبدیل می‌شوند باید ثباتی نسبی و پایدار داشته باشند. متأسفانه قانون‌گذاری‌های اقتصادی با تأمل و دقت و کارشناسی لازم انجام نمی‌شوند و از انفعال‌های سیاسی و بحران‌های مقطعی به دور نیستند و بدون آنکه همه‌جوانب و ابعاد مختلف فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی مسئله دیده شود، تحت تأثیر شرایط خاصی انجام می‌شوند. از سوی دیگر، تغییرات مکرر در قوانین، مقررات، آیین‌نامه‌ها و بخشنامه‌ها بدترین ضربه را بر امنیت اقتصادی کشور وارد می‌کند (۲۳).

از دیگر موانع اقتصادی و مالی، بازار مالی کوچک و تحت کنترل دولت و عدم آزادسازی بازار در اقتصاد کل کشور است. خصوصی‌سازی به مقررات‌زدایی و زدودن وضعیت انحصاری بستگی دارد و صرفاً با واگذاری محقق نخواهد شد. در حالی که وضعیت انحصاری در بسیاری از بخش‌های اقتصاد برقرار است، همراه و همزمان با واگذاری سهام دولتی باید به شرایط و الزامات خصوصی‌سازی (که همان مقررات‌زدایی، آزادسازی، لغو انحصار، کاهش بار فعالیت‌های اقتصادی دولت و موفقیت هر دو بخش غیردولتی است) نیز توجه شود. اقتصاد ایران شامل انواع و اقسام انحصارات است که همراه با تبعیضات خاص در استفاده از قوانین، مقررات و امتیازات است و عملاً عرصه فعالیت بخش خصوصی را تحت تأثیر قرار داده است. این مسئله زمانی حادث می‌شود که انحصارگران به انحاء مختلف به مراکز و مراجع تصمیم‌گیری نیز دسترسی داشته باشند و در واقع از قدرت تصمیم‌گیری در عرصه کلان کشور نیز برخوردار شوند. نتیجه چنین وضعیتی شکل‌گیری فضایی ناامن از نظر قوانین و مقررات است که امکان هرگونه برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری کوتاه‌مدت و بلندمدت را از سرمایه‌گذار می‌گیرد (۲۴).

نبود بازارهای سرمایه قوی و کارآمد در کشورهای در حال توسعه و مشارکت نکردن سرمایه‌گذاران خارجی در بازارهای سرمایه داخل، از دیگر مشکلات اجرای سیاست خصوصی‌سازی به‌شمار می‌رود. در اغلب کشورهای در حال توسعه، بیشتر بازارهای سرمایه کوچک‌اند و قوانین و ضوابط مشخصی ندارند؛ در نتیجه، سرمایه‌گذاری در حقوق صاحبان سهام در این بازارها معمولاً اندک است و خصوصی‌سازی بیشتر به‌صورت فروش مستقیم دارایی‌ها انجام می‌شود. ناتوانایی بانک‌های محلی و بخش خصوصی در تأمین مالی هزینه‌های خرید بنگاه‌های تحت

مالکیت دولت و مشارکت نکردن سرمایه‌گذاران خارجی در بازارهای سرمایه از دیگر مشکلات تشدیدکننده ضعف بازارهای سرمایه است (۲۵). همچنین، اطلاعات مربوط به سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به این دلیل حائز اهمیت است که بیشتر کشورهای موفق در حوزه خصوصی-سازي با ایجاد محیط کسب و کار مناسب به حجم زیاد سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی دست یافته‌اند (۲۶).

مالکیت دولتی بسیاری از صنایع، کارخانجات، نهادها و سازمان‌های ورزشی و غیرورزشی دیگر از موانع اقتصادی و مالی است که می‌توان به آن اشاره کرد. امروزه، تقریباً تمامی کارشناسان معتقدند که اقتصاد ایران از مالکیت گسترده دولتی، ساختار انحصاری بازار، درون‌گرایی و تعامل نداشتن با جهان خارج، متحمل لطمات فراوانی شده است. راه حلی که اقتصاددانان برای رفع این ایرادات ساختاری تجویز کرده‌اند استقرار ساختار رقابتی، برون‌گرایی و افزایش تعامل با اقتصاد جهانی است (۲۷). بدیهی است وجود چنین ایرادات ساختاری در مجموع اقتصاد کشور بر بسیاری از صنایع از جمله صنعت ورزش تأثیرات منفی اقتصادی داشته است. یکی از مهم‌ترین تأثیرات آن رقابت شرکت‌های تجاری بر سر ابزارهای قدرتمند تبلیغاتی چون فوتبال (به دلیل عمومیت آن در ایران) خواهد بود. محققان دیگر نیز به تأثیر اقتصادی کشورها بر توسعه اقتصادی ورزش اشاره داشته‌اند (۲). (۲۸). جی یونگ<sup>۱</sup> (۲۰۰۴) نوع ساختار و نظام اقتصادی کشورها را عاملی مهم در جذب حمایت مالی ورزشی می‌داند و در این خصوص به موضوعاتی چون وجود ساختار رقابتی و میزان جذب سرمایه-گذاری مستقیم خارجی اشاره کرده است (۲۹).

مروری بر وضعیت باشگاه‌های حرفه‌ای ورزشی کشور نشان می‌دهد بیش از ۹۰ درصد این باشگاه‌ها دولتی‌اند و از بودجه عمومی کشور ارتزاق می‌کنند. مالکیت دولتی خود مانع خلاقیت و درآمدزایی شده است. بررسی دقیق‌تر اقدامات انجام شده در خصوص معدود باشگاه‌هایی که از راه جذب حامیان مالی اقدام به درآمدزایی کرده‌اند نیز مؤید این مطلب است که حامیان مالی آن‌ها نیز شرکت‌هایی دولتی بوده‌اند که از طریق ارتباط با مدیران دولتی باشگاه‌ها (و البته به نیت کمک به این باشگاه‌ها و نه استفاده از فضای رویدادهای ورزشی برای تبلیغات) در این زمینه پیش قدم شده‌اند؛ بنابراین، توصیه می‌شود بر اساس قوانین و مقررات مندرج در سیاست‌های کلی اصل ۴۴، ضمن واگذاری بسیاری از شرکت‌های سودده، زمینه را برای حضور این‌گونه شرکت‌ها و سایر شرکت‌های خصوصی مشابه در ورزش حرفه‌ای فراهم کنند. در این صورت است که می‌توان فضای رقابتی حاصل از حضور بخش خصوصی در ورزش حرفه‌ای را به صورت ملموس مشاهده کرد.

از دیگر موانع اقتصادی و مالی، عدم توجه اساسی به ورزش در سبد هزینه خانوار و همچنین کم

1. Gi-Yong, K.

بودن سرانه درآمد ملی در کشور است. کم بودن سرانه درآمد ملی نوعی کمبود تقاضا برای استفاده از محصولات یا خدمات صنعت ورزش را در پی دارد. بدیهی است که همانند هر صنعت دیگری، کمبود تقاضا برای صنعت ورزش نیز ضعفی عمده محسوب می‌شود. در چنین وضعیتی نه تنها تقاضا برای تماشای مسابقات، بلکه تقاضای خرید دیگر محصولات صنعت ورزش نظیر لباس و اجناس تیم‌ها، پرداخت حق عضویت و امکان خرید سهام باشگاه توسط هواداران نیز تحت تأثیر این عوامل قرار خواهد داشت (۳۰). از طرف دیگر، کم بودن سطح درآمد ملی مانع افزایش مناسب قیمت بلیت مسابقات و سایر خدمات صنعت ورزش نیز خواهد بود؛ از این رو، توصیه می‌شود مسئولان و دست‌اندرکاران امر ورزش به فرهنگ‌سازی در این زمینه اقدام کنند. اگر اقشار مختلف مردم، مدیران و مسئولان از اثرات مثبت و انکارناپذیر ورزش در جوامع آگاهی پیدا کنند، ضمن توجه بیشتر به این حوزه، جایگاه مناسب‌تری را در اولویت‌های روزمره خود برای آن قائل خواهند شد.

وجود نظام مالیاتی نامناسب و غیرکارآمد در ورزش حرفه‌ای نیز یکی دیگر از موانع اقتصادی و مالی است. اگرچه کسر مالیات از قرارداد ورزشکاران به قانون تبدیل شده، تا رسیدن به وضعیت مناسب برای دریافت مالیات واقعی از ورزشکاران راهی طولانی پیش رو است. بر اساس بخشنامه سازمان امور مالیاتی، بازیکنان رشته‌های مختلف ورزشی در ردیف مشاغل محسوب شده و به همین دلیل مشمول پرداخت مالیات هستند. براساس فرمول جاری، ۳۰ درصد رقم قرارداد ورزشکاران از پرداخت مالیات معاف است و بین ۱۰ تا ۳۵ درصد از ۷۰ درصد مابقی رقم قرارداد به‌عنوان مالیات دریافت خواهد شد (۳۱). بزرگ‌ترین مشکلی که در این زمینه وجود دارد، عقد قراردادهای صوری برای فرار از مالیات است. به نظر می‌رسد باید راهی برای تعامل مناسب باشگاه‌ها و سازمان مالیاتی کشور یافت که منافع دولت و باشگاه‌ها در آن لحاظ شود.

در بحث جذب مالیات ورزشکاران می‌توان به کشورهای صاحب فوتبال نگاهی انداخت. در بوندس لیگا درصد مالیاتی بازیکنان متأهل ۴۴ درصد و مالیات بازیکنان مجرد ۵۷ درصد رقم قرارداد است. میزان مالیات در مسابقات فوتبال سری A ایتالیا نیز رقمی در حدود ۵۰ درصد مبلغ قرارداد بازیکنان است (۳۱). این سیستم در ورزش و به‌خصوص فوتبال ایران وجود ندارد و زمان زیادی طول می‌کشد تا سیستم مالیاتی فوتبال ایران مانند باشگاه‌های حاضر در اروپا شود. البته باید به نکته مهمی در این زمینه اشاره کرد و آن مزایایی است که دادن مالیات در آلمان همراه خود دارد. پرداخت این رقم‌های سنگین در آلمان تسهیلات بی‌شماری دارد که بیمه کامل و خدمات رایگان دولت و در خدمت شهروند بودن بخشی از آن محسوب می‌شود. شاید اگر ورزشکاران ایرانی نیز چنین خدماتی دریافت کنند، با رضایت بیشتری مالیات خود را بپردازند؛ بنابراین، پیشنهاد می‌شود مدیران ورزش با همکاری متولیان امور مالیاتی اقدام به تدوین قانونی

جامع در این زمینه کنند تا ضمن اعاده حقوق عمومی مردم، نظر بازیکنان، مربیان و ذی‌نفعان ورزش حرفه‌ای نیز جلب شود.

**بررسی موانع سرمایه‌گذاری و حمایت مالی:** اصلی‌ترین موانع این گروه با عنوان موانع سرمایه‌گذاری و حمایت مالی در جدول ۲ ارائه شده است. نبود امنیت اقتصادی و خطر زیاد سرمایه‌گذاری در ورزش حرفه‌ای و نیز بی‌اعتنایی بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در ورزش حرفه‌ای به دلیل عدم تضمین بازگشت سرمایه از مهم‌ترین این موانع است. سرمایه‌گذاران اغلب تمایل دارند در بخش‌هایی سرمایه‌گذاری کنند که تا حدی از بازگشت سرمایه‌شان اطمینان یابند و درمقایسه با گزینه‌های موجود دیگر خطر کمتری را تجربه کنند؛ به بیان دیگر از نظر اقتصادی، در هر صنعتی که میزان خطر برای سرمایه زیاد باشد، حرکت سرمایه در آن کند و در هر صنعتی که میزان بازدهی انتظاری سرمایه بیشتر باشد، حرکت سرمایه در آن سریع‌تر خواهد بود (۳۲)؛ بنابراین در صورتی که صنعت فوتبال بتواند به‌طور اساسی در فرآیند توسعه اقتصادی گام بردارد و به صنعتی تمام عیار مبدل شود، محیط مطمئن اقتصادی برای سرمایه‌گذاری به وجود خواهد آمد و مانع مذکور نیز خود به خود حل خواهد شد (۳۰).

یکی دیگر از موانع سرمایه‌گذاری و حمایت مالی، تخصیص نیافتن حق پخش تلویزیونی مناسب به باشگاه‌ها و همچنین رعایت نکردن حقوق مالکیت معنوی باشگاه‌های حرفه‌ای است. هر چند دریافت حق پخش رسانه‌ای در بیشتر کشورهای دنیا منبع درآمدی عمده‌ای برای صنعت فوتبال محسوب می‌شود، این موضوع هنوز در کشور ما وجاهت قانونی و اجرایی نیافته است. اهمیت اقتصادی پخش رسانه‌ای مسابقات ورزشی به حدی است که استفان مورو<sup>۱</sup>، یکی از اقتصاددانان فوتبال، از آن با عنوان سوق‌دهنده اقتصاد نام برده است (۳۳). تا سال ۱۳۸۷ تلاش‌ها برای قانونی کردن حق پخش تلویزیونی مسابقات فوتبال در مجلس شورای اسلامی پیگیری شد، ولی شورای نگهبان آن را تأیید نکرد. با پیگیری مجدد مجلس، موضوع برای حل و فصل به مجمع تشخیص مصلحت نظام ارجاع داده شد و پس از آن، طی توافقاتی که بین فدراسیون فوتبال و سازمان صدا و سیما انجام شد، قراردادی سه ساله و به‌صورت کلی منعقد شد که مبلغ آن برای هر فصل ۱۰ میلیارد تومان عنوان شده است. همچنین، وجود مشکلات عمده حقوقی در موضوع حق مؤلف یا حقوق اثر در کل کشور یکی از موانع شناسایی‌شده در این حیطه است. در سال‌های اخیر، در ماده ۷۵ اساسنامه جدید فدراسیون فوتبال از فدراسیون و اعضای آن به‌عنوان صاحبان اصلی کلیه حقوق برگزاری مسابقات (نظیر حق پخش تلویزیونی) نام برده شده است. از آنجا که این اساسنامه به تصویب هیئت دولت جمهوری اسلامی ایران نیز

1. Morrow, S.

رسیده و لازم‌الاجرا است، شاید بتوان آن را به‌عنوان سرآغازی برای گام برداشتن در راستای دریافت حق پخش تلویزیونی مسابقات از صدا و سیما دانست. علاوه بر این، به نظر می‌رسد با تصویب راه اندازی شبکه تلویزیونی ورزش، بخش عمده‌ای از مشکلات ورزش حرفه‌ای در این زمینه مرتفع شود و حقوق باشگاه‌های حرفه‌ای در خصوص حق پخش تلویزیونی مسابقات بیش از پیش رعایت گردد.

ناشناخته بودن و اعتبار کم نشان<sup>۱</sup> باشگاه‌ها و لیگ حرفه‌ای در سطح ملی و بین‌المللی یکی دیگر از موانع سرمایه‌گذاری و حمایت مالی است. اعتبار آرم یا نشان نهادهای صنعت ورزش موضوع مهم دیگری است که محققان مختلف به‌عنوان عاملی حیاتی برای توسعه اقتصادی ورزش و جذب حامیان مالی به آن اشاره کرده‌اند (۳۴، ۲۹). اصولاً حامیان مالی در صددند تا با ایجاد ارتباط میان وجهه رویدادهای ورزشی با وجهه محصولات یا خدمات خود به کسب درآمد بیشتر برای خود بپردازند (۳۰). برومنت و همکارانش (۲۰۰۶) اعتقاد داشتند که جذب بازیکنان معروف موفقیت ورزشی، ارتقای وجهه باشگاه و در نتیجه جذب منابع مالی بیشتر از حامیان مالی و پخش تلویزیونی را در پی دارد و در نهایت، افزایش قیمت سهام باشگاه را به همراه خواهد داشت (۳۵). اگرچه تدوین راه‌کارهای ارتقای آرم و نشان باشگاه‌ها و لیگ‌های حرفه‌ای نیازمند انجام مطالعات نظام‌مند و سازمان یافته است، ضروری است تا باشگاه‌ها، سازمان لیگ و فدراسیون‌های ذی‌ربط اهتمام لازم را راستای توسعه آرم یا نشان صنعت ورزش در سطوح ملی و بین‌المللی داشته باشند. یکی از این اقدامات، جذب بازیکنان و مربیان معروف در باشگاه‌ها و لیگ‌های حرفه‌ای است، کاری که در بیشتر کشورهای حوزه خلیج فارس انجام شده و اثرات بعضاً مثبتی در جذب حامیان مالی و حضور تماشاگران و هواداران بیشتر داشته است.

رقابت ناعادلانه بین باشگاه‌های دولتی و باشگاه‌های خصوصی و همچنین سیستم‌های مالی نامناسب در باشگاه‌های حرفه‌ای از دیگر موانع سرمایه‌گذاری و حمایت مالی است. رقابت مهم‌ترین امتیاز و مایه حیات نظام اقتصادی مبتنی بر بازار است و هر عاملی که مانع رقابت در بازار شود به تدریج ناکارآمدی را بر سیستم اقتصادی حاکم می‌سازد. یکی از اهدافی که در راستای خصوصی‌سازی مورد پذیرش تمام صاحب‌نظران است، «افزایش رقابت» در فعالیتهای اقتصادی است (۲۷). بسیاری از محققان اعتقاد دارند تعادل رقابتی به‌طور مستقیم با تمایل هواداران برای حمایت از صنعت فوتبال مرتبط است؛ به عبارت دیگر، هر چه رویدادهای ورزشی تعادل رقابتی بهتری داشته باشند، تمایل بیشتری به سوی خود جلب خواهند کرد (۲۶، ۲).

میچی و آوتون<sup>۱</sup> (۲۰۰۵) معتقدند نبود تعادل رقابتی در لیگ‌های حرفه‌ای موجب کاهش تعداد هواداران می‌شود و در بلندمدت خطر از دست دادن آن‌ها را در پی خواهد داشت (۱۹). نبود تعادل رقابتی بهینه در لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران و برخورداری برخی باشگاه‌ها از امکانات و تسهیلات ویژه دولتی خلأ درآمدی زیادی بین باشگاه‌های شرکت‌کننده ایجاد می‌کند و در نهایت، به تهدید ورشکستگی برای باشگاه‌های رده پایین لیگ منجر خواهد شد (۳۰)؛ بنابراین، ضروری است راه‌کارهای لازم برای ایجاد تعادل رقابتی بهینه در میان باشگاه‌های موجود در لیگ‌های حرفه‌ای بررسی شود تا هواداران تمایل بیشتری برای حمایت از کل باشگاه‌های حرفه‌ای داشته باشند و متعاقب آن صنعت ورزش نیز نهایت استفاده و بهره‌اقتصادی را ببرد. یکی از این راه‌کارها، حذف رانت‌ها و استفاده‌های گاه غیرقانونی یا شبهه‌ناک باشگاه‌های دولتی از امکانات و روابط دولتی است. مسئله‌ای که محدود باشگاه‌های خصوصی فعال در این عرصه به شدت به آن اعتراض دارند و مانع بزرگی در راه رسیدن به تعادل رقابتی است.

از دیگر موانع موجود، استیجاری بودن مالکیت ورزشگاه‌ها در بیشتر باشگاه‌های حرفه‌ای و همچنین استفاده نادرست از محیط ورزشگاه‌ها برای درآمدزایی و تحقق اهداف حمایت مالی است. به‌جز تعداد معدودی از باشگاه‌های حرفه‌ای کشور، اغلب باشگاه‌ها ورزشگاه اختصاصی ندارند و بازی‌ها یا حتی تمرینات خود را در ورزشگاه‌های استیجاری برگزار می‌کنند. چنین وضعیتی ضمن اینکه باشگاه‌ها را از بسیاری از درآمدهای حاصل از برگزاری مسابقات محروم می‌کند، موجب می‌شود باشگاه‌ها برای کسب درآمد از محل درآمدهای روز مسابقه نیز اختیار چندانی نداشته باشند و نتوانند برای آن برنامه‌ریزی مناسبی انجام دهند. اوریلی و هاریسون<sup>۲</sup> (۲۰۰۵) بیان می‌کنند که با ایجاد تسهیلات و فناوری‌های تبلیغاتی روزآمد و جذاب‌تر در ورزشگاه‌ها می‌توان یکی از مهم‌ترین اهداف شرکت‌های حامی مالی را که توسعه آگاهی عمومی در مورد آرم یا نشان آن‌هاست برآورده کرد (۳۷). به‌دست آوردن اطلاعات در مورد اهداف و خواسته‌های حامیان مالی نیازمند انجام مطالعات نیازسنجی و نظرسنجی از حامیان مالی بالفعل و بالقوه صنعت ورزش است. با تحلیل داده‌های چنین مطالعاتی می‌توان مبنای تصمیم‌گیری و تلاش برای تحقق اهداف حامیان مالی را در ورزشگاه‌ها مهیا کرد؛ بنابراین، توصیه می‌شود دولت ضمن واگذاری باشگاه‌های دولتی، شرایط را برای هر یک از باشگاه‌های حرفه‌ای به گونه‌ای فراهم کند که این باشگاه‌ها دارای ورزشگاه و امکانات اختصاصی باشند و بتوانند بخشی از درآمدهای خود را از این طریق به‌دست آورند.

یکی دیگر از موانع سرمایه‌گذاری و حمایت مالی کیفیت ضعیف تأسیسات رفاهی و امکانات فیزیکی

1. Michie, J. & Oughton, C

2. O Reilly, N., Harrison, N

ورزشگاه‌های محل برگزاری مسابقات و نیز ساختار بلیت فروشی متمرکز در سازمان لیگ حرفه‌ای است. سایر پژوهشگران نیز بر تأثیر عوامل فیزیکی و ویژگی‌های ورزشگاه‌ها بر افزایش تماشاگران تأکید کرده‌اند (۲،۳۸). اختیار بلیت فروشی مسابقات لیگ حرفه‌ای فوتبال از جمله موارد مورد بحث بین باشگاه‌ها و فدراسیون فوتبال است. هم‌اکنون بلیت فروشی مسابقات لیگ حرفه‌ای فوتبال به صورت متمرکز انجام می‌شود و در اختیار سازمان لیگ قرار داد. بارها مشاهده است که بسیاری از باشگاه‌ها خواستار دریافت این مجوز به‌عنوان حق قانونی خود شده‌اند، ولی تاکنون موفق به دریافت آن نشده‌اند. به نظر می‌رسد با غیرمتمرکز شدن فرآیند بلیت فروشی در کشور و واگذاری آن به باشگاه‌ها بخشی از مشکلات و موانع موجود در این مینه برطرف شود؛ زیرا در این صورت، باشگاه‌ها منافع حاصل از بلیت فروشی را به صورت کامل دریافت می‌کنند و ممکن است فعالیت‌های بیشتری برای جلب تماشاگران و حضور هر چه بیشتر آنان در ورزشگاه انجام دهند.

شفاف نبودن اطلاعات مالی نهادهای ذی‌ربط صنعت ورزش مانع دیگری در برابر توسعه سرمایه‌گذاری و حمایت مالی ورزش است. اصولاً افراد و شرکت‌ها برای سرمایه‌گذاری در هر بخشی، خواهان داشتن اطلاعات دقیق مالی و اقتصادی در مورد آن هستند. از نظر کشاکش<sup>۱</sup> (۲۰۰۴) شفافیت در اطلاعات مالی باشگاه‌ها و لیگ‌های حرفه‌ای یکی از معیارهای تصمیم‌گیری شرکت‌های حامی مالی بالقوه برای ورود به صحنه حمایت مالی ورزشی خواهد بود (۳۹). سایر محققان نیز با مروری بر وضعیت مالی سازمان لیگ حرفه‌ای و باشگاه‌های لیگ حرفه‌ای فوتبال بر ضرورت ایجاد شفافیت در اطلاعات مالی و اقتصادی سازمان لیگ و باشگاه‌های لیگ حرفه‌ای تأکید کرده‌اند (۲،۳،۳۰). به نظر می‌رسد شفاف نبودن اطلاعات مالی پیامدهای سوئی برای ورزش حرفه‌ای داشته باشد که مهم‌ترین آن‌ها افزایش قیمت بی‌رویه بازیکنان و مربیان در فصل نقل و انتقالات، به دلیل وجود نظام دلالی و نبود نظارت دقیق بر آن است. این مسئله، از دیگر موانع موجود در مسیر خصوصی‌سازی باشگاه‌های حرفه‌ای است. در تمامی لیگ‌های حرفه‌ای دنیا هزینه حقوق و پاداش بازیکنان و مربیان درصد عمده‌ای از درآمدهای باشگاه‌های حرفه‌ای را به خود اختصاص می‌دهد. با توجه به درآمدهای موجود در صنعت فوتبال کشور و نیز تراز مالی منفی این باشگاه‌ها، هزینه‌های نامتناسب با درآمد در زمینه حقوق و مزایای بازیکنان و مربیان غیرمعقول به نظر می‌رسد. یکی از روش‌های حل این مشکل وضع قوانین مربوط به سقف قرارداد است. سقف قرارداد به معنی ایجاد محدودیت در میزان مبلغ قابل هزینه برای دستمزد بازیکنان است. دیتل و همکارانش<sup>۲</sup> (۲۰۰۹) نشان دادند سقف قرارداد موجب

1. Keshock, C.M.

2. Dietl, H., Lang, M., & Rathke, A.

افزایش تعادل رقابتی می‌شود و مجموع هزینه‌های باشگاه‌ها را نیز کاهش می‌دهد (۴۰). اگرچه وجود قانون سقف قرارداد در برخی کشورها اثرگذار بوده است، با توجه به وضعیت ورزش حرفه‌ای کشور و دولتی بودن بیشتر باشگاه‌های حرفه‌ای، بهتر است به جای وضع قوانین مربوط به سقف قرارداد، قوانینی در خصوص سقف هزینه برای باشگاه‌های دولتی اعمال کرد و با کنترل و نظارت دقیق بر نحوه هزینه‌کرد باشگاه‌ها، مانعی در راه افزایش قیمت بی‌رویه بازیکنان ایجاد کرد.

در مجموع می‌توان چنین گفت که بخشی از مشکلات و موانع موجود اقتصادی در راه خصوصی‌سازی باشگاه‌های حرفه‌ای کشور نتیجه فضا و محیط اقتصاد کشور است و برخی دیگر محصول نارسایی‌ها و کاستی‌های محیط ورزش است؛ بنابراین، مدیران باشگاه‌های حرفه‌ای با برنامه‌ریزی مناسب و اتخاذ برخی تمهیدات می‌توانند تا حدودی این موانع را برطرف کنند. در خصوص موانعی که بیشتر نشئت گرفته از محیط اقتصاد کلان کشور است نیز می‌توان راه‌کارهایی را پیشنهاد کرد که مهم‌ترین راه‌کارهای ارائه شده در این زمینه در جدول ۳ نشان داده است.

جدول ۳. راه‌کارهایی برای رفع موانع اقتصادی مؤثر در پیاده‌سازی سیاست‌های کلی اصل ۴۴ در ورزش حرفه‌ای

مهم‌ترین راه‌کارهای ارائه شده	
۱	رهایی از اقتصاد تک‌محصولی و ایجاد فرصت‌های سرمایه‌گذاری در سایر بخش‌ها
۲	تسهیل جلب مشارکت منابع مالی و سرمایه‌گذاری خارجی به‌منظور جبران کمبود نقدینگی بخش داخلی
۳	بررسی و شناسایی علل عدم سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی از منظر حقوق بین‌الملل
۴	حذف امتیازات بخش دولتی در فعالیتهای تجاری
۵	ایجاد تسهیلات بلندمدت برای بخش خصوصی و تعاونی به‌منظور توسعه باشگاه‌های حرفه‌ای خصوصی
۶	امکان‌سنجی پیوستن برخی از باشگاه‌های حرفه‌ای به بازار بورس
۷	ایجاد منطق هزینه - فایده در باشگاه‌های حرفه‌ای کشور
۸	بررسی و امکان‌سنجی قابلیت واگذاری مالکیت یا مدیریت ورزشگاه‌ها به بخش خصوصی
۹	اعمال معافیت‌های مالیاتی برای باشگاه‌ها و حامیان مالی آن‌ها
۱۰	پرداخت تسهیلات برای تشکیل و ایجاد فروشگاه‌های وابسته به باشگاه و معافیت در عوارض و صدور پروانه
۱۱	ایجاد شفافیت در اطلاعات مالی و اقتصادی صنعت ورزش
۱۲	افشای قراردادهای بازیکنان و مربیان شاغل در باشگاه‌های حرفه‌ای
۱۳	بهبود کیفیت و استفاده از فناوری‌های مدرن در پخش زنده مسابقات ورزشی
۱۴	بررسی موقعیت و وضعیت موجود مالی و عملیاتی باشگاه‌های حرفه‌ای برای تشخیص مشکلات آن‌ها
۱۵	ایجاد آژانس‌های تخصصی بازاریابی ورزشی به‌عنوان پل ارتباطی بین صنعت ورزش با سایر صنایع
۱۶	ایجاد فضای تعادل رقابتی بین باشگاه‌های حرفه‌ای و ارائه خدمات دولتی به‌صورت یکسان به باشگاه‌ها
۱۷	امکان‌سنجی و استخدام بازیکنان و مربیان مطرح دنیا به‌منظور ارتقای نشان لیگ‌های حرفه‌ای کشور
۱۸	نظارت نهادهای مسئول بر بازار نقل و انتقالات بازیکنان و مربیان برای جلوگیری از افزایش قیمت بی‌رویه
۱۹	بهبود وضعیت ورزشگاه‌ها و ارائه تسهیلات مناسب برای جذب حامیان مالی بیشتر
۲۰	بازسازی و بهبود وضعیت تأسیسات رفاهی و امکانات فیزیکی ورزشگاه‌های محل برگزاری مسابقات
۲۱	بازنگری و اصلاح ساختار بلیت‌فروشی مسابقات در لیگ‌های حرفه‌ای



### منابع:

۱. رونق، یوسف. (۱۳۸۹)، قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و الحاقیه‌های اجرایی، انتشارات فرمنش، چاپ اول، تهران.
۲. علی‌دوست قهفرخی، ابراهیم. (۱۳۸۹). تحلیل موانع پیاده‌سازی سیاست‌های کلی اصل ۴۴ در ورزش حرفه‌ای جمهوری اسلامی ایران، رساله دکتری، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران.
۳. خبیری، محمد؛ الهی، علیرضا. (۱۳۸۴). مقایسه وضعیت باشگاه‌های لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران با توجه به معیارهای یوفا و باشگاه‌های منتخب ژاپن، کره جنوبی، امارات و ترکیه. پژوهش در علوم ورزشی، شماره ۸، ص ۳۵-۱۵.
۴. پاداش، دنیا؛ سلطان حسینی، محمد؛ خبیری، محمد؛ فتحی، سعید. (۱۳۸۸). تعیین و اولویت‌بندی عوامل مدیریتی و اجرایی مؤثر بر خصوصی‌سازی باشگاه‌های ورزشی. همایش بین‌المللی علم و فوتبال، آکادمی ملی فوتبال، تهران.
5. Dolles, H., Söderman, S. (2006). Implementing a Professional Football League in Japan: Challenges to Research in International Business. German Institute for Japanese Studies.
6. Nauright, J., Ramfjord, J. (2010). Who owns England's game? American professional sporting influences and foreign ownership in the Premier League. Soccer & Society, 11(4): 428-441.
7. Van de Walle, N. (1989). Privatization in Developing Countries: A Reviews of The issues, World Development, 17(5): 601-613.
۸. جوان، عیسی. (۱۳۸۶)، بررسی وضعیت ساختاری، برنامه‌ریزی و بودجه باشگاه‌های ورزشی خصوصی شهرستان ارومیه، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه ارومیه.
۹. خورشیدی، ابوالفضل. (۱۳۸۸)، مشکلات اساسی تربیت بدنی و ورزش با تاکید بر برنامه چهارم توسعه و پیشنهاد برای برنامه پنجم پیشرفت و عدالت. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، طرح شماره ۹۹۶۰، تهران.
10. Smith, S. J. (1997). Football, Its Values, Finances and Reputation. Informe para la Football Association.
۱۱. عسکریان، فریبا؛ فرجی دانا، احمد؛ گودرزی، محمود؛ جعفری، افشار (۱۳۸۴). بررسی

- وضعیت اقتصادی صنعت ورزش ایران در سال‌های ۱۳۷۷ و ۱۳۸۰. نشریه حرکت، شماره ۲۴، ص ۴۴-۲۵.
12. Ramamurti, R. (1999). Why Havant Developing Countries Privatized Deeper and Faster? *World Development*, 27(1):137-155.
۱۳. خورشیدی، ابوالفضل. (۱۳۸۶)، فوتبال در نظام باشگاه‌داری. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، طرح شماره ۸۶۲۸، تهران.
14. Jackson, R. (2001). *Sport Administration Manual*, Hurford Enterprises Ltd, IOC, Switzerland.
15. Barros, C. P. (2006). The Financial crisis in Portuguese Football, *Journal of Sport Economics*, 7(1): 96-104.
۱۶. کاشف، میرمحمد؛ جعفری، علی محمد؛ احمدی، اژدر. (۱۳۸۶)، بررسی موانع و مشکلات موجود در رابطه با اصل ۴۴ قانون اساسی در ورزش از دیدگاه صاحبان باشگاه‌های خصوصی شهرستان اصفهان. ششمین همایش بین‌المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی، کیش.
17. Keen, MP. A. (2009). *English Football and its Governance*. All Party Parliamentary Football Group. In: [www.allpartyfootball.com](http://www.allpartyfootball.com).
18. Baroncelli, A., Lago, U. (2006). Italian Football. *Journal of Sports Economics*, 7(1):13-28.
19. Michie, J. & Oughton, C. (2005). *Competitive Balance in Football : Trends and effects*, University Of London, Football Governance Research Center, No 2.
20. Hamil, S., Walters, G. (2010). Financial performance in English professional football: an inconvenient truth, *Soccer & Society*, 11(4):354-372.
۲۱. سرمد، زهره؛ بازرگان، عباس؛ حجازی، الهه. (۱۳۸۳). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری. انتشارات آگاه، چاپ دهم، تهران.
22. Oxford University, (2005). *Interviewing in Qualitative research*, available online in Oxford University: [www.Oup.co.uk/pdf/0-19-874204-5chap15.pdf](http://www.Oup.co.uk/pdf/0-19-874204-5chap15.pdf).
۲۳. رهبر، فرهاد؛ مظفری خامنه، فرشید؛ محمدی، شاپور. (۱۳۸۶). موانع سرمایه گذاری و تأثیر آن بر رشد اقتصادی در ایران. تحقیقات اقتصادی، شماره ۸۱، ص ۱۳۸-۱۱۱.
۲۴. حسینی، سید احمد؛ مهرآرا، اسداله. (۱۳۸۷). چگونگی حمایت از خصوصی سازی و چالش‌های فرارو. همایش نظارت بر اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، سازمان بازرسی کل کشور، تهران.

۲۵. حبیبی، علی؛ خوش‌پور، حسن. (۱۳۷۵). ارزیابی عملکرد سیاست خصوصی سازی شرکت‌های دولتی در ایران (۱۳۷۴-۱۳۶۸). مجله برنامه و بودجه، شماره ۷، ص ۶۷-۴۱.
۲۶. طباطبایی یزدی، رویا. (۱۳۸۶). بررسی روند کاهش تصدی‌گری دولت و خصوصی سازی. مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام، معاونت پژوهش‌های اقتصادی.
۲۷. کابلی‌زاده، احمد. (۱۳۸۴). خصوصی سازی مردمی؛ کارآیی همراه با عدالت، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، چاپ اول، تهران.
28. Gerrard, B. (2006). The economics of association football, Volume 2, Edward Elgar.
29. Gi-Yong, K. (2004). Sport Sponsorship Match-up Effect on Consumer Based brand Equity: An application of the schematic information process. Unpublished Doctoral degree Dissertation, The Florida State University.
۳۰. الهی، علیرضا. (۱۳۸۷)، موانع و راهکارهای توسعه اقتصادی صنعت فوتبال جمهوری اسلامی ایران، رساله دکتری، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران.
۳۱. جوادی، علی. (۱۳۸۶). توپ مالیات در زمین فوتبالیست‌ها. روزنامه جام جم، سه شنبه ۸ خرداد ۱۳۸۶، شماره خبر: ۱۰۰۰۰۴۰۹۴۳۷۴.
۳۲. به‌کیش، محمد مهدی. (۱۳۸۱). اقتصاد ایران در بستر جهانی‌شدن. نشر نی، تهران.
33. Morrow, S. (1999), The new business of football: Accountability and Finance in Football. UK, Basingstoke: Macmillan.
34. Doherty, A., Murray, M. (2007). The strategic sponsorship process in a non-profit sport organization. Sport Marketing Quarterly, 16(1): 45-59.
35. Berument, H., Ceylan, N. B., Gozpinar, E. (2006). Performance of soccer on the stock market: Evidence from Turkey, The social science journal, 43(4):695-699.
36. Brandes, L., Frank, E. (2006). How fans improve competitive balance: an empirical analysis of the German Bundesliga. University of Zurich, working paper No 41.
37. O Reilly, N., Harrison, N. J. (2005), Sponsorship Management: A status report. The sport journal, 8(4).
38. Shank, M. D. (2001), Sport Marketing: A strategic perspective. Saddle River, NJ: Prentice Hall.
39. Keshock, C.M. (2004). The effects of economic impact information on the attitudes of potential sports sponsors operating in mid-size and small college communities. Unpublished Doctoral degree Dissertation, The Florida State

University.

40. Dietl, H., Franck, E., Lang, M., Rathke, A. (2009). Revenue Sharing, Reserve Clause and Salary Caps in Professional Team Sports Leagues. *Journal of Global Business and Economics*, 2: 44-50.

### ارجاع مقاله به روش Vancouver

جلالی فرهانی مجید؛ علیدوست قهفرخی ابراهیم. تحلیل موانع اقتصادی مؤثر بر اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی در ورزش حرفه‌ای ایران. *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۱۳۹۲؛ ۵ (۱۹): ۱۰۹-۱۲۸

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی