

Policy-making to Attract Investment in the Development of Sports Spaces and Places

Ali Del Pisheh*

*Corresponding Author, Department of Exercise Physiology, Faculty of Sport Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran. E-mail: delpisheh1980@gmail.com

Milad Saki

Department of Sports Physiology, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran. miladsaki563@gmail.com

Abstract

In this study, the effective factors in attracting investment in the development of sports spaces and places were studied. Sports venues and spaces are one of the most important and basic uses in today's cities that play an important role in ensuring the health of the body and soul of citizens. Also, one of the reasons for the importance of sports infrastructure and sports promotion is the positive impact of sports participation on health, community health and reducing treatment costs due to inactivity in different age groups. The development of sport requires attention to many dimensions, at the macro and micro level, many factors affect the spread and promotion of sport. Sports development is defined as the structures, systems, opportunities, and processes that enable individuals to participate in sports and recreation and to improve their performance to the desired level. Sports spaces and venues are types of social spaces in human settlements. Simultaneous and dense presence of a large human population, mobility, leisure and entertainment of residents of large cities, conducting sports competitions, holding gatherings. Therefore, policy priority should be based on attracting private sector investment in the development of metropolitan areas and sports venues. In this study, we propose a solution for effective planning for private sector participation in the development of sports facilities and venues. The present article, using a descriptive-analytical method, seeks to identify the factors influencing policy-making and capital attraction in sports venues.

Keywords: Privatization, Sports venues, Policymakers.

Citation: Del Pisheh, Ali & Saki, Milad (2022). Policy-making to Attract Investment in the Development of Sports Spaces and Places. *Urban and Regional Policy*, 1(4), 60-70.



پروپوزیشن گاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی

سیاست‌گذاری جذب سرمایه‌گذاری در توسعه فضاها و اماکن ورزشی

علی دل پیشه

نویسنده مسئول، گروه فیزیولوژی ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران. رایانامه: delpisheh1980@gmail.com

میلاد ساکی

گروه فیزیولوژی ورزشی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران. رایانامه: miladsaki563@gmail.com

چکیده

در این پژوهش بررسی عوامل مؤثر در جذب سرمایه‌گذاری در توسعه فضاها و اماکن ورزشی مورد مطالعه قرار گرفت. اماکن و فضاهای ورزشی یکی از مهم‌ترین و اساسی‌ترین کاربری‌ها در شهرهای امروزی است که نقش مهمی در تأمین سلامت جسم و روح شهروندان دارد. همچنین یکی از دلایل اهمیت زیرساخت‌های ورزشی و ترویج ورزش، تأثیر مثبت مشارکت ورزشی بر تندرستی، سلامت جامعه و کاهش هزینه‌های درمانی ناشی از بی‌تحرکی در رده‌های سنی مختلف است. توسعه ورزش نیازمند توجه به ابعاد زیادی است، در سطح کلان و خرد، عوامل زیادی بر اشاعه و ترویج ورزش تأثیر دارند. توسعه ورزش را مشتمل بر ساختارها، سیستم‌ها، فرصت‌ها و فرایندهایی می‌دانند که افراد را قادر می‌سازد در ورزش و تفریحات شرکت کنند و عملکرد خود را تا سطح دلخواه ارتقا دهند. فضاها و مکان‌های ورزشی، گونه‌های فضاهای اجتماعی در سکونتگاه‌های انسانی به شمار می‌روند. حضور هم‌زمان و مترکب جمعیت پرشمار انسانی، تحرک، گذران اوقات فراغت و تفریح ساکنین شهرهای بزرگ، انجام رقابت‌های ورزشی، برگزاری گردهمایی‌ها. از این رو اولویت سیاست‌گذاری باید بر مبنای جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در توسعه فضاها و اماکن ورزشی کلان‌شهرها می‌تواند به مواردی همچون تأثیر آیین‌نامه‌ها و قوانین حقوقی و مالی و موارد مدیریتی اجتماعی و تأثیر رسانه در جذب سرمایه اشاره کرد. ما در این تحقیق راهکاری جهت برنامه‌ریزی مؤثر برای مشارکت بخش خصوصی در توسعه فضاها و اماکن ورزشی پیشنهاد می‌دهیم. مقاله بنیادی حاضر، با روش توصیفی - تحلیلی، درصدد بیان این مسئله است که عوامل تأثیرگذار در سیاست‌گذاری و جذب سرمایه در اماکن ورزشی مشخص شود.

کلیدواژه‌ها: خصوصی‌سازی، اماکن ورزشی، سیاست‌گذار.

استناد: دل پیشه، علی و ساکی، میلاد (۱۴۰۱). سیاست‌گذاری جذب سرمایه‌گذاری در توسعه فضاها و اماکن ورزشی. *سیاست‌گذاری شهری و منطقه‌ای*، ۱(۴)، ۶۰-۷۰.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۶/۱۶

تاریخ ویرایش: ۱۴۰۱/۰۸/۱۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۹/۰۸

تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۱۰/۱۴

سیاست‌گذاری شهری و منطقه‌ای، ۱۴۰۱، دوره ۱، شماره ۴، صص. ۶۰-۷۰.

نوع مقاله: مروری

ناشر: دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز

© نویسندگان

مقدمه

امروزه ورزش یکی از ملزومات مهم زندگی تبدیل شده است، صنعتی شدن ورزش، حجم بالایی از سرمایه‌گذاری‌ها را در خود جای داده است (Chobandian et al., 2021; Chan et al., 2021). ورزش و تفریحات سالم یک صنعت پردرآمد، برای همه کشورهای درحال توسعه از اهمیت فراوانی برخوردار است (Rahimi et al., 2021; Amanati et al., 2020). اکنون این صنعت در کشورهای توسعه‌یافته، یک صنعت مهم و عامل اثرگذار در رشد اقتصادی این کشورهاست (Amanti et al. 2020; Yaqoubi et al. 2021). این صنعت شامل چندین مؤلفه مهم است به‌عنوان مثال مؤلفه‌های گردشگری ورزشی، کالاها، محصولات و خدمات ورزشی، پوشاک ورزشی، ورزش آماتوری، ورزش حرفه‌ای، تفریحات و اوقات فراغت، ورزش مدارس و دانشگاه‌ها، ورزش در فضای باز، نمایشگاه‌های بازاریابی ورزشی، صنعت حمایت مالی در ورزش و هیئت‌ها و اتحادیه‌های ورزشی است. صنعتی شدن ورزش دارای وجهت متفاوتی از قبیل تولید کالاها و خدمات ورزشی، صادرات و واردات، ایجاد اماکن و تأسیسات، تبلیغات، مشارکت در بورس، پوشش رسانه‌ای، اشتغال، جذب گردشگر و ارتقای سطح سلامت جامعه، کاهش هزینه‌های درمان و توسعه اقتصادی است (Chian et al., 2021; Dehghanpuri et al., 2020; Soltani et al., 2010). چنانچه سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در بخش‌های مختلف ورزشی افزایش یابد، موجب ایجاد پیوند بین سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و ارتقای ورزش کشور و رشد اقتصادی و موفقیت‌های بین‌المللی کشور خواهد شد (Askarian et al., 2021; Latifian et al., 2015; Mohammadi et al., 2016). اماکن ورزشی و جایگاه‌های ترویج تربیت‌بدنی و ورزش در جوامع و تأثیر روزافزون آن در بهبود و ارتقای سطح سلامتی و نشاط عمومی و کسب موفقیت‌هایی بین‌المللی، جنبش‌ها، سازمان‌ها و نهادهای مختلفی به وجود آمده نقش مهمی دارد؛ از این رو صنعت ورزش تحت تأثیر فعالیت‌های سازمان‌های عمومی و سازمان‌های خصوصی، سازمان‌های خصوصی غیرانتفاعی، سازمان‌های عمومی رسمی، سازمان‌های نیمه عمومی و سازمان‌های عمومی داوطلب، بنگاه‌ها و مؤسسات تجاری، صنعتی و گردشگری در بازاریابی کالا و خدمات خود ارتباطات وسیعی با رویدادهای ورزشی برقرار کرده‌اند و از این حیث ورزش جایگاه خاصی در بازار اقتصادی جهان پیدا کرده است، به‌طوری‌که ورزش و اقتصاد با یکدیگر در تعامل بوده و دولت‌ها و شرکت‌های خصوصی با سرمایه‌گذاری در ورزش می‌توانند از مزایای بسیاری بهره‌مند شوند (Sultani et al., 2010; Siasi, 2015; Yaqoubi et al., 2021).

پیشینه پژوهش

سهم ورزش در اقتصاد ملی رابط‌های مستقیم با میزان سرمایه‌گذاری در آن دارد که در وضعیت حاضر در کشور ما میزان آن در مقایسه با کشورهای توسعه‌یافته اندک است (Askarian et al., 2021). نتایج پژوهش در کشورهای ایتالیا، انگلستان و آلمان نسبت اقتصاد ورزش به تولید ناخالص داخلی به ترتیب صفر درصد، ۶٫۱ درصد و ۳٫۱ درصد و برای ایران هشت صدم درصد را نشان می‌دهد (Khosromanesh et al., 2019; Qahfarkhi et al., 2013). سیاست‌گذاری در جذب سرمایه‌گذاری در ورزش، میزان اشتغال افزایش می‌یابد و سبب بیشتر شدن درآمد از طریق برگزاری مسابقات بین‌المللی، جذب گردشگران و سطح سلامت و بهداشت جسمی و روانی جامعه افزایش می‌یابد

(Qurbani et al., 2021). سرمایه‌گذاری نقش مهم و کلیدی در رشد و توسعه اقتصادی ایفا می‌کند. مطالعات زیادی ارتباط رشد و توسعه اقتصادی و سرمایه‌گذاری را نشان داده‌اند. با بررسی کشورهای توسعه‌یافته نمایان می‌شود که سرمایه‌گذاری یکی از عوامل اصلی رشد و توسعه اقتصادی آنها بوده است (Askarian et al., 2021). به‌طور کلی سیاست در سرمایه‌گذاری در ورزش کشور و اجرای راهکارهای مناسب روند مطلوبی در ورزش کشور نداشته است. علی‌الخصوص در زمینه اماکن ورزشی سرمایه‌گذاری قابل توجهی صورت نگرفته است (Qahfarkhi et al., 2013). میزان سرمایه‌گذاری دولت در این بخش متناسب با رشد جمعیت جامعه و متقاضیان ورزش نبوده و همین روند در آینده‌ای نزدیک، به‌صورت جدی، میزان کمبودها را بیش از قبل آشکار می‌سازد (Chian et al., 2021).

یکی از راهکارهایی مهم، سیاست جذب سرمایه‌گذاری از بخش خصوصی در حوزه ورزش می‌تواند مناسب باشد که از این طریق منابع و امکانات بیشتر در اختیار بخش ورزش قرار گرفته، بهره‌برداری کارآمدتری به وجود آمده و کارایی فعالیت‌ها گسترش پیدا می‌کند، تجهیز منابع مالی افزایش می‌یابد و موجبات ارتقا و کارایی و رشد اقتصادی فراهم می‌شود (Khosromanesh et al., 2019; Qahfarkhi et al., 2013). ضعف در سیاست‌های انجام شده در ورزش کشور به دلایلی همچون بی‌میلی بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در ورزش‌های پایه و گرایش بیشتر به سرمایه‌گذاری در بخش‌های دیگر، ناکافی بودن منابع مالی و سرمایه‌گذاری، ناچیز بودن هزینه‌های ورزشی سبد خانوار و ائتلاف منابع مالی به دلیل نبود مدیریت یکپارچه ورزشی و از همه مهم‌تر عدم اطمینان سرمایه‌گذار در این حوزه با تهدیدهای جدی مواجه است (Amanti et al., 2020; Morteza Nowrozi et al., 2018, Yaqoubi et al., 2021).

محققان به جنبه‌های مختلف سرمایه‌گذاری و عوامل و اخذ سیاست‌های صحیح در محیط‌های ورزشی و غیرورزشی پرداخته‌اند. در این راستا (Askarian et al., 2021)، به طبقه‌بندی عوامل تأثیرگذار در موفقیت طرح‌های سرمایه‌گذاری در دسته‌های فرد مجری طرح شامل برخی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی از قبیل تحصیلات، سوابق و تجربیات ویژگی‌های شخصیتی همچون هوش هیجانی، انگیزه موفقیت، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و سازمان مجری طرح و خود طرح پرداخته است (Mohammadi et al., 2016; Nowrozi et al., 2018). در پژوهشی با عنوان بررسی عوامل مؤثر در جذب سرمایه‌گذاری در ورزش استان خوزستان از دیدگاه مسئولین ادارات تربیت‌بدنی دریافت شد که عوامل اجتماعی، شرایط جغرافیایی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و زیرساخت‌های فنی از عوامل تأثیرگذار بر جذب سرمایه‌گذاری در ورزش یک استان هستند (Qurbani et al., 2021). در پژوهشی دیگری با عنوان، تغییر سازماندهی و گرایش باشگاه‌ها به فعالیت‌های مجازی موجب جذب سرمایه‌گذاران خارجی و بین‌المللی (Andrew & Kasper, 2009; Baade & Dye, 1988) اعتقاد دارند که مهم‌ترین عامل در رونق و جذب سرمایه‌گذاران آمریکایی شده است، نتایج به‌دست‌آمده از پژوهشی دیگر نشان داد که سرمایه‌گذاری در ورزش حرفه‌ای و قهرمانی سبب افزایش تعداد تماشاگران می‌گردد (Ju et al., 2021). تماشاگران علاوه بر اینکه با خرید بلیت مسابقات به‌صورت مستقیم درآمدهایی را برای باشگاه‌ها و لیگ‌های حرفه‌ای کسب می‌کنند، به‌صورت غیرمستقیم سهم عمده‌ای در درآمدزایی از راه جذب حامیان مالی و فروش حق پخش تلویزیونی و خدمات جنبی دارند (Barros & Leach, 2006) در پژوهشی دیگر (Qahfarkhi et al., 2013; Mozafari et al., 2005) نبود ضمانت مالی برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، گرانی زمین و مشکل تهیه تجهیزات

فیزیکی موردنیاز، نبود قانون و آیین‌نامه‌های خاص برای ایجاد باشگاه‌های جدید، نبود آیین‌نامه‌های خاص به‌منظور واگذاری زمین، همکاری نکردن شهرداری‌ها، مشکلات صدور مجوز برای باشگاه‌ها و مراکز ورزشی، کمبود نیروی انسانی متخصص موردنیاز، کمبود امکانات آموزشی ضمن خدمت برای مدیران باشگاه‌ها، نبود مدیریت و روش‌های مناسب اداره باشگاه‌های بخش خصوصی، نبود برنامه‌های حمایتی از بخش خصوصی، نبود قانون متناسب در مورد تسهیلات بانکی، اعطانشدن وام‌های بلندمدت کم‌بهره، اختصاص نیافتن معافیت‌های مالیاتی و گمرکی، حمایت نکردن از تولیدکنندگان کالاهای ورزشی، نرخ زیاد سود تسهیلات اعطایی به بخش‌های خدماتی از جمله ورزش، تعدد مراکز تصمیم‌گیری و نبود تعامل لازم بین سازمان‌های مرتبط، بی‌میلی مردم برای هزینه کردن در امور ورزشی، ضعف تبلیغ و فرهنگ‌سازی مناسب در مطبوعات و صداوسیما و قوانین سختگیرانه نهادهای دولتی از جمله چالش‌ها و موانع ورود بخش خصوصی به صنعت ورزش کشور معرفی شده است (Amanti et al., 2020). در مطالعه‌ای که مانع اصلی در روند سرمایه‌گذاری در بخش ورزش کشورها عدم رؤیت منافع قابل برگشت حاصل از این سرمایه‌گذاری به‌صورت مستقیم است (Chian et al., 2021). بررسی‌های گوناگون نشان می‌دهد در کل مبنای ارزیابی مجریان طرح و رتبه‌بندی آنها، معیارهای مالی است و بسیاری از عوامل غیرمالی که در موفقیت طرح مؤثرند به‌اندازه کافی موردتوجه قرار نمی‌گیرد (Chian et al., 2021)، از سویی دیگر در کشورهای مختلف، منابع مالی برای ارائه خدمات ورزشی از منابعی مانند بخش خصوصی تأمین می‌شود. صاحبان سرمایه باتوجه به اهدافی از جمله سودآوری فضاهای ورزشی، کسب شهرت، ارائه خدمات و ... تمایل به سرمایه‌گذاری در بخش ورزش را دارند (Qahfarkhi et al., 2013; Mozafari et al., 2005). در سال‌های اخیر و باتوجه به وضعیت اقتصادی کشور و کاهش بودجه‌های عمرانی در بخش دولتی، حضور بخش خصوصی و سرمایه‌گذاری در این بخش ضروری به نظر می‌رسد. در این بین آماده‌سازی زیرساخت‌های لازم برای سرمایه‌گذاری از مهم‌ترین وظایف دستگاه‌های ذی‌ربط در این موضوع است (Mozaffari et al., 2005; Yaqoubi et al., 2021) البته باید به این امر اذعان داشت که تسهیل فرایند سرمایه‌گذاری و سیاست‌گذاری در جذب سرمایه در اماکن ورزشی وظیفه یک سازمان نبوده و موضوعی فرابخشی است که بسیاری از الزامات آن مربوط به بخش‌ها و سازمان‌های غیرورزشی است (Qahfarkhi et al., 2013; Mozafari et al., 2005) به‌عنوان مثال شهر اهواز به‌عنوان یکی از کلان‌شهرهای کشور، با دارابودن ذخایر نفت و گاز و دیگر صنایع مهم، ظرفیت گسترده‌ای در ارائه خدمات ورزشی و کسب سود مالی در کنار دستیابی به اهداف سالمی شهروندان را دارد. یکی از زیرساخت‌های لازم جهت دستیابی به این هدف وجود اماکن و فضاهای ورزشی را دارا است. بر همین اساس باتوجه به نیاز این شهر به گسترش امر ورزش در راستای اهداف کلان کشور از جمله بهبود سبک زندگی، توسعه اشتغال و کاهش آسیب‌های اجتماعی و نقش مهم وجود زیرساخت‌های مناسب از جمله فضاها و اماکن ورزشی که نیازمند منابع انسانی و مالی است، پژوهش حاضر در صدد است به این سؤال پاسخ دهد که روند سیاست‌گذاری در جذب سرمایه‌گذاری در اماکن و فضاهای ورزشی چگونه است؟

در این پژوهش سیاست‌گذاری در جذب سرمایه‌گذاری و موانع موجود در توسعه فضاها و اماکن ورزشی مورد مطالعه قرار گیرد.

روش‌شناسی پژوهش

این مقاله از نوع تحقیقات بنیادی و نظری است. منابع مورد استفاده در آن مشتمل بر متون اسنادی و کتابخانه‌ای و تحلیل‌های استنباطی است و در قالب روش توصیفی - تحلیلی تنظیم شده است.

یافته‌های پژوهش

با نگاهی به تحولات و فعالیت‌های اقتصادی و سرمایه‌گذاری در جهان، مشاهده می‌شود که کشورهای در حال توسعه به دنبال توسعه اقتصادی و صنعتی هستند و باتوجه به محدودیت منابع و سرمایه برای دستیابی به این امر نیازمند انتخاب درست طرح‌های سرمایه‌گذاری هستند (Mozaffari et al., 2005). در نظام سنتی، میزان اعتبار بیشتر بر اساس میزان توانایی مالی و اعتبار اجتماعی شخص مشخص می‌شود. به همین دلیل ممکن است افراد فرهیخته و کارآفرینان واقعی که از توانایی مالی برخوردار نیستند مورد توجه قرار نگیرند، در حالی که این کار نیازمند یک سیستم رتبه‌بندی علاوه بر در نظر گرفتن توانایی مالی مشتری است، عوامل دیگری همچون شخصیت کارآفرینانه مشتری، میزان جذابیت طرح پیشنهادی و چگونگی عملکرد سازمان مجری طرح را نیز در برگیرد (Mohammadi et al., 2016). یک طرح با ساختار و ویژگی‌های مناسب نیاز به بستری مناسب برای اجرا دارد که سازمان و شخص مجری طرح این بستر را فراهم می‌کنند، چه بسا طرحی که از نظر پارامترهای اقتصادی، فنی و مالی بسیار جذاب است، ولی به دلیل نداشتن بستر مناسب برای اجرا (سازمان مربوطه و یا شخص مجری) منجر به شکست شود، همچنین ممکن است طرحی با درجه پایین‌تری از توجیه‌پذیری مالی، فنی و اقتصادی توسط یک مجری لایق و دارای ملاک‌های لازم برای اجرا و مدیریت طرح به موفقیتی قابل قبول برسد (Qasmipour et al., 2016; Mohammadi et al., 2016). شرایط متغیر اقتصادی و ناشناخته بودن بسیاری از عوامل تأثیرگذار در موفقیت طرح‌های سرمایه‌گذاری، تصمیم‌گیری جهت اجرا و مشارکت در سرمایه‌گذاری‌ها را برای سرمایه‌گذاران و مؤسسات مالی با چالش مواجه کرده است (Mohammadi et al., 2016). به دلیل عدم شناسایی و توجه کافی به عوامل تأثیرگذار در طرح‌های سرمایه‌گذاری در کشورهای در حال توسعه بسیاری از طرح‌ها به صورت نیمه‌تمام و یا شکست‌خورده انجام می‌شوند همچنین با نگاهی به تحولات و فعالیت‌های اقتصادی و سرمایه‌گذاری در جهان، مشاهده می‌شود که کشورهای در حال توسعه به دنبال توسعه صنعتی هستند و باتوجه به محدودیت منابع و سرمایه برای دستیابی به این امر نیازمند انتخاب درست طرح‌های سرمایه‌گذاری هستند (Dehghanpouri et al., 2020; Askarian et al., 2021).

عدم سرمایه‌گذاری در ورزش و کمبود امکانات، اماکن و فضاها ورزشی در کشور ما واقعیتی انکارناپذیر است. تعداد تأسیسات ورزشی ایمن، اماکن و فضاها باکیفیت و بر اساس استانداردها برای برگزاری مسابقات و رویدادهای ورزشی بین‌المللی به عدد انگشتان یک‌دست نمی‌رسد. هیچ یک از باشگاه‌های بزرگ ورزشی کشور ما عمری بیش از پنجاه سال ندارند و با وجودی که در طول این مدت از راه فروش بلیت مسابقات پر تماشاگر، فروش بازیکن و تبلیغات درآمد کسب کرده‌اند، زمین ورزشی و استادیوم اختصاصی ندارند، در حالی که در بسیاری از کشورها، باشگاه‌های ورزشی مانند بنگاه‌های تجاری سرمایه قابل توجهی عاید باشگاه می‌کنند (Qahfarkhi et al., 2013). به دنبال سرمایه‌گذاری در

ورزش، میزان اشتغال مستقیم و غیرمستقیم افزایش می‌یابد و در کنار آن امکان جذب درآمد از طریق برگزاری مسابقات بین‌المللی، جذب گردشگران و سطح سلامت و بهداشت جسمی و روانی جامعه افزایش می‌یابد (Chobandian et al., 2021). امکان سرمایه‌گذاری در ورزش، زمانی میسر است که همه مؤلفه‌های اثرگذار از جمله انگیزه‌های اقتصادی مالی و فنی یا عوامل حمایتی، جغرافیایی به‌منظور اقدام شرکت‌های سرمایه‌گذار برای سرمایه‌گذاری در یک پروژه خاص در یک کشور در امر ورزش موردتوجه قرار گیرد (Qahfarkhi et al. 2013; Mozafari et al. 2005).

ارزیابی تمام عوامل به‌صورت یک مجموعه منجر به اتخاذ تصمیم انجام سرمایه‌گذاری یا عدم انجام سرمایه‌گذاری می‌شود. جذب سرمایه در کشور بدون تغییر نگرش در میان سیاستمداران و کارشناسان و ایجاد بستر مناسب برای ورود سرمایه امکان‌پذیر نیست. در نظر گرفتن تمامی عوامل و موانع تأثیرگذار در موفقیت طرح‌های سرمایه‌گذاری و ارائه مدلی مناسب از رابطه و میزان تأثیر این عوامل می‌تواند سرمایه‌گذاران و سازمان‌های مربوطه را در مراحل آغازین سرمایه‌گذاری و در طی روند سرمایه‌گذاری راهنمایی نماید و به‌عنوان یک الگوریتم تصمیم‌گیری برای سرمایه‌گذاری در ورزش استفاده شود. به نظر می‌رسد عوامل حیاتی مختلفی برای موفقیت طرح‌های سرمایه‌گذاری در ورزش وجود دارد که با عوامل موفقیت سایر زمینه‌های کسب‌وکار متفاوت است. توجه به این عوامل می‌تواند در موفقیت و مدیریت سرمایه‌گذاری در این زمینه تأثیرگذار باشد. لزوم مطالعه سیاست‌گذاری و سرمایه‌گذاری عامل توسعه می‌شود از سوی دیگر موجب جذب سرمایه‌های غیر کارا و هدایت آنها به بخش‌های مولد اقتصادی گردیده و همچنین باتوجه به جهت‌گیری سرمایه‌گذاران، سرمایه‌گذاری‌ها در صنایع هدایت خواهند شد که از سود بیشتر یا ریسک کمتری برخوردارند و این امر موجب تخصیص بهینه در منابع خواهد شد. تنظیم چنین شرایطی نیاز به گسترش و توسعه دانش سرمایه‌گذاری و استفاده از تحقیقات و تجربیات اندیشمندان رشته‌های مختلف است تا بدین‌وسیله بتوانند از طریق آشنایی با روش‌های نوین سرمایه‌گذاری و فرصت‌های جدید سرمایه‌گذاری، تصمیم‌گیری بهینه اتخاذ نمایند و سازمان‌ها و نهادهای مربوطه نیز در ایجاد شرایط مناسب و تدوین قوانین و مقررات از این دانش استفاده نمایند و همچنین شرکت‌ها و نهادهای سرمایه‌پذیر، روش‌های بسترسازی مناسب جهت حضور فعال در بازار سرمایه را به دست آورند (Barros & Leach, 2006; Rahimi et al., 2021). مطالعه سرمایه‌گذاری به دلیل نقش دوگانه‌ای که در اقتصاد ایفا می‌کند حائز اهمیت است؛ از یک سو بخش بزرگی از مخارج کل را شامل می‌شود و بدین سبب تغییر آن، اثر قابل توجهی بر تقاضا می‌گذارد و از سوی دیگر، نقش مهمی بر عرضه و تولید دارد؛ زیرا سرمایه‌گذاری بیانگر افزایش موجودی سرمایه است (Bagheri, 2020; Chian et al., 2021).

نتیجه‌گیری

با وجود تأکید اصل ۳۳ قانون اساسی و ماده ۸۸، ضروری است نهادهای وابسته به دولت و وزارت کشور در توسعه فضاها و اماکن ورزشی از توانمندی بخش خصوصی بیشتر استفاده کنند. بسیاری از کشورهای پیشرفته موضوع خصوصی‌سازی و واگذاری وظایف دولت‌ها به بخش خصوصی از اهمیت بالایی برخوردار است. در حقیقت سیاست‌گذاری‌ها باید در جهت تقویت عواملی همچون قانونی و حقوقی، مالی، مدیریتی، نیروی انسانی، اجتماعی و شناختی، اطلاعاتی و رسانه‌ای و

انگیزشی برای عدم سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در توسعه اماکن ورزشی وجود دارد، با نگاهی علمی به موضوع عدم سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در توسعه اماکن ورزشی، می‌توان دریافت که سیاست‌گذاری ضعیف در جذب سرمایه‌گذاری قانونی و حقوقی است. بدون استفاده و بازنگری قانونی و حقوقی که ریشه در شفاف نبودن عدم اجرای قوانین و سیاست‌های پولی بانکی، عدم امنیت در محیط سرمایه‌گذاری، ساختار اقتصاد دولتی حاکم، قیمت‌گذاری‌های نامناسب در ارائه خدمات در اماکن ورزشی وابسته به شهرداری اهواز، نبود و محدودیت در معافیت‌های مالیاتی در بخش‌های مختلف و محدودیت قوانین حمایتی از سرمایه‌گذاران دارد که ضروری است با تدابیر علمی و منطقی مرتفع گردد تا بستر قانونی و حقوقی برای مشارکت بخش خصوصی در توسعه اماکن ورزشی به وجود آید. انتخاب غلط سرمایه‌گذار و عدم تأمین اطمینان مالی و زمین موردنیاز که منجر به عدم ورود بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در توسعه فضاها و اماکن ورزشی شهر می‌گردد که نیازمند یک هماهنگی ملی در بدنه دولت، مجلس شورای اسلامی، شورای شهر، شهرداری و سایر دستگاه‌های ذی‌ربط نیاز است (Hosseini et al., 2012; Soltani et al., 2010; Ghasemi et al., 2016). امروزه بسیاری از سازمان‌های پیشرو بیشترین سرمایه‌گذاری را بر روی منابع انسانی می‌کنند تا منابع انسانی شایسته را وارد سازمان خود کرد و با حفظ آنها مزیت رقابتی خود را افزایش دهند. سرمایه انسانی چنانچه دارای سه شرط ارزشمند بودن، قابلیت الگوبرداری محدود و همچنین کمیاب بودن باشند، می‌توانند برای هر سازمانی به‌ویژه حوزه ورزش شهر به‌عنوان یک فرصت رقابتی به شمار روند. چنانچه منابع انسانی متخصص ورزشی کارآمد در تصمیم‌گیری کلان توسعه اماکن ورزشی حضور نداشته باشند، همچنین منابع انسانی فعال در بخش ورزش به‌ویژه در شوراهای تصمیم‌گیر برای توسعه فضاها و اماکن ورزشی فاقد تحصیلات در رشته‌های علوم ورزشی و اقتصاد ورزشی باشند، نمی‌توان انتظار داشت که تصمیم‌تأثیرگذار علمی در حوزه توسعه فضاها و اماکن ورزشی شهر اتخاذ شود. از سویی دیگر چنانچه منابع انسانی فاقد مهارت‌های ارتباطی مناسب و شناخت محدود نسبت به علوم بازاریابی ورزشی باشند، چنین منابع انسانی توانایی ایجاد مزیت رقابتی برای حوزه ورزش شهرداری را نخواهند داشت. در ادامه عدم انتخاب مدیر مناسب و لایق با توجه به مسائل سیاسی و قومی سبب این شده که بخش خصوصی برای توسعه فضاها و اماکن ورزشی شهر تمایلی جهت همکاری نداشته باشد. مدیران و عوامل مدیریتی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار در موفقیت هر سازمانی به شمار می‌روند، مدیران به دلیل حضور در تمام سطوح و ساختار سازمانی، همچنین حضور در شوراهای واحدهای تصمیم‌گیر، نقش مهمی در موفقیت یا عدم موفقیت هر سازمانی می‌توانند، ایفا کنند. مدیران با تأثیرگذاری در تدوین برنامه‌های راهبردی، میان‌مدت، کوتاه‌مدت و همچنین اجرای آنها جهت جذب سرمایه‌گذاران به‌منظور توسعه اماکن و فضاها، تأثیرگذاری در عملکرد و ارزیابی عملکرد حوزه‌های مرتبط با فضاها و اماکن ورزشی، مهیا کردن زمینه رابطه با بخش خصوصی در حوزه توسعه فضاها و اماکن ورزشی و ایجاد زمینه مناسب در هماهنگی بسیاری از بخش‌ها از جمله ادارات ورزش مناطق مختلف شهرداری، مدیران اماکن ورزشی و همچنین دیگر ارگان‌ها مانند شورای اسلامی شهر، هیئت دولت و با شهرداری نقش مهمی دارند (Barros & Leach, 2006; Ghasemi, Javadipour, & Torkfar, 2016; Taylor, 2013; Latifian et al., 2015).

عامل مهم و تأثیرگذار، در این باره عامل اجتماعی است (Amanti et al. 2020). بخش خصوصی به‌ویژه افرادی

که در حوزه ورزش و اماکن ورزشی فعالیت محدودی داشته و از فعالیت‌ها، درآمدها و هزینه‌های اماکن ورزشی شناخت دقیقی نداشته باشند، به طور حتم زمینه برای سرمایه‌گذاری در توسعه فضاها و اماکن ورزشی خیلی مهیا نخواهد بود. از سویی دیگر به دلیل عدم یکسان بودن نگرش‌های مدیران ورزش شهر و بخش خصوصی از یکدیگر، فاصله زیادی برای ایجاد تعامل بین آنها برای رسیدن به نقطه مشترک جهت مشارکت بخش خصوصی در توسعه فضاها و اماکن ورزشی وجود خواهد داشت (Qurbani et al., 2021)، همچنین چنانچه اماکن ورزشی خدمات باکیفیت و توأم با احترام به مشتریان ارائه ندهند، از میزان تعهد و وفاداری جهت استفاده از خدمات اماکن ورزشی کاسته خواهد شد. عدم اطلاع و هماهنگی با رسانه‌ها می‌تواند مظهر ضعف در سیاست‌گذاری‌های جذب سرمایه باشد، از عوامل مهم تأثیرگذار در جذب سرمایه، رسانه و تبلیغ است حال آنکه شناساندن هر سازمان، تعامل مناسب آن سازمان با رسانه‌ها به‌ویژه رسانه‌های دیداری - شنیداری مانند رادیو و تلویزیون بسیار حائز اهمیت است. در صورت مناسب بودن تعامل بین حوزه ورزشی شهر و رسانه‌ها، به طور حتم رسانه‌ها در شناساندن این اماکن ورزشی به جامعه و همچنین بخش خصوصی تأثیر مثبتی خواهند داشت (Amanti et al., 2020; Tahereh Sharaf et al., 2013). سیاست تشویق و دادن انگیزه در اذهان، نقش مهمی در فعالیت فردی و سازمانی در جهت رسیدن به هدف توسعه دارد. علاقه به یک‌رشته ورزشی خاص، همچنین انگیزه درآمد بیشتر از اماکن ورزشی که در آن سرمایه‌گذاری کرده‌اند. در این رابطه به نظر می‌رسد یکی از موارد کسب درآمد از برگزاری رویدادهای مختلف از جمله مسابقات مختلف ورزشی در اماکن ورزشی موردنظر باشد. در این خصوص سیاست‌های کاربردی ذیل می‌تواند باعث جذب سرمایه گردد، بازنگری قوانین خصوصی‌سازی اماکن ورزشی، تشکیل کمیته بازنگری قوانین و دستورالعمل‌های موجود در حوزه خصوصی‌سازی اماکن ورزشی رعایت دقیق ماده ۸۸ در خصوص واگذاری اماکن ورزشی به بخش خصوصی، واگذاری اماکن ورزشی بدون ملاحظات سیاسی به متقاضیان واجد شرایط و اعطای وام‌های کم‌بهره توسط بانک شهر به سرمایه‌گذاران اماکن ورزشی همچنین انعقاد تفاهم‌نامه با بانک‌های دولتی و خصوصی جهت حمایت مالی و اعطای وام‌های کم‌بهره و بلندمدت به سرمایه‌گذاران در حوزه اماکن ورزشی همچنین اطلاع‌رسانی و برندسازی همکاری جهت تبلیغات گسترده و انعقاد قرارداد و تفاهم‌نامه با رسانه ملی جهت اعطای تخفیف به تبلیغ‌کنندگان اماکن ورزشی در رسانه ملی جذب کارشناسان اقتصاد ورزش در این حوزه است.

پیشنهادها

می‌توان این تحقیق را به صورت منطقه‌ای و شهری با استفاده از مدل‌های ساختاری و جمع‌آوری داده‌ها در هر شهر انجام داد.

References

- Alidoust Ghahfarokhi, E., Jalali Farahani, M., Goudarzi, M., & Naderan, E. (2013). The cultural and social barriers to implement general policies of article 44 in Iran professional sport. *Sport management studies*, 5(20), 79-96. (in Persian)
- Amanati, A., Sajjadi, S. N., Rajabi Noushabadi, Hamidi, & M. (2020). Social media sports marketing model. *New approaches in sports management*, 8(29), 73-86. (in Persian)

- Andrew, G., & Kasper, T. (2009). A theoretical approach to sport sponsorship. *BAMMC.(Unpublished bachelor dissertation). Lulea University of Technology, Department of Business.*
- Askarian, Rahbar, & Fakhri. (2021). Designing and explaining sports development processes in Iran. *Journal of business in sports*, 1(1), 61-79. *(in Persian)*
- Baade, R.A. & Dye, R. F. (1988). Sports stadiums and area development: A critical review. *Economic development quarterly*, 2(3), 265-275.
- Bagherifard, Ali Ashraf, & Faramarzi. (2020). A new requirement for the financial support of sports in the non-governmental sector. *Management researches in the Islamic world*, 4(2), 7-18. *(in Persian)*
- Barros, C. P., & Leach, S. (2006). Analyzing the performance of the English FA Premier League with an econometric frontier model. *Journal of Sports Economics*, 7(4), 391-407.
- Chobandian, Rizvan, Khanleri, Yazdani, & Abedi. (2021). Providing a framework for the strategic development of the branding process based on the SIP model using a metacombination approach. *Business Management*, 13(2), 306-336.
- Dehghanpouri, H., Sarlab, R., Chavoshi, S. R., & Donyapour, H. (2020). Investigating the Effect of Marketing Intelligence on the Competitiveness of Online Sports Stores with the Mediating Role of Innovative Performance. *New Marketing Research Journal*, 10(3), 57-80. *(in Persian)*
- Designing a financial support decision making model in Iranian sports. Authors: Noushin Banar, Rahim Ramezaninejad, Reza Andam, Fatemeh Mohhad, Seyedeh Ezra Mirkazemi, *Sports Management Studies (Physical Education Research School), Summer 2012, Number 14*
- Ghasemi, R., Javadipour, M. & Turkfar, A. (2016). Identifying the obstacles of Iran's sports marketing from the point of view of the country's sports managers. *Journal: Sports Management (Movement)* 7 (6): 829-846. *(in Persian)*
- Ghasemi, Javadipour, & Turkfar. (2016). Identification of Iran's sports marketing obstacles from the point of view of the country's sports managers. *Journal of Sports Management*, 7(6), 829-846. *(in Persian)*
- Ghorbani, M.H., Mahmoudi, A., Abbasi, Z. & Motahari M. (2021). Identifying the security-social consequences of holding sports tourism events. *(in Persian)*
- Golred Parvaneh, & Partufaknan Mustafa (2021). The role of the government in supporting small and medium businesses. *Publication: Investment knowledge*. 9(35)277-288
- Henry, H. (2012). Designing the structural equation model of social capital and knowledge management in sports organizations. *Journal: Researches in sports management and movement sciences*. 1 (1): 85-105
- Ju, W., Doran, D., Hawkins, R., Gómez-Díaz, A., Martin-Garcia, A., Ade, J., ... & Bradley, P. (2021). Contextualised peak periods of play in English Premier League matches. *Biology of Sport*, 39(4).

- Khosromanesh, R., Khabiri, M., Khanifar, H., Alidoust Ghahfarokhi, E., & Zarei Matin, H. (2019). Designing the Conceptual Model of Iran's Sports Industry. *Sport Management Studies*, 11(57), 17-38. (in Persian)
- Kozechian, H., Sardari, M., Hassani, M., & Amiri, M. (2021). Designing and Testing Ethical Marketing Model in Sports Manufacturing Industry. *Sport Management Studies*, 13(65), 179-202. (in Persian)
- Kyami Rad Amir, & Moharram Zadeh Mehrdad (2010). Investigating marketing strategies for the promotion and development of sports in Iran. *Journal: Harak* 39:175-192. (in Persian)
- Latifian, Ahmed, Molvi, & Homa. (2015). Introducing the sports marketing strategy model for sports organizations to choose marketing advertising strategies. Paper presented at the first international conference on management, accounting and economics in March 2013. (in Persian)
- Mirzai, F., Jalali Farahani, M., Bagheri Gudrat, E. & Shahbazi M. Identifying factors predicting the success of countries in the soccer world cup. *Sports Management (Movement)*: 10:3:479-499. (in Persian)
- Mohammad Ehsani, Z. & Iqbali, M.M. (2013). Investigating the causes of sponsors' lack of support for women's professional sports in Isfahan city. *Kinetic and sports sciences*, sixth year, autumn and winter, number 12. (in Persian)
- Mohammadi, M., Sayadi, M. A., & Sayed Ameri, M. H. (2016). The Determination of organizational entrepreneurship based on social capital components in Youth and Sports general office of Ilam province. *Applied Research in Sport Management*, 5(1), 23-33. (in Persian)
- Moradi Sharaf, Heshmat Elah, Hemtinejad, Mehr Ali, & Benar. (2017). Analysis of motivating factors for sports support in Hamadan province. *Scientific-Research Quarterly Journal of Applied Research in Sports Management*, 5(3), 79-91. (in Persian)
- Mousavi Rad Seideh Tahereh. (2020) Identification of Iran's Success Factors in the Olympic Games. *Journal: Applied Researches in Sports Management* 8:2-53-62. (in Persian)
- Mozaffari, S. A. A. (2005). The state of public sports in Iran and its comparison with several selected countries. *Journal of Motor Sciences and Sports*, 6, 151-71. (in Persian)
- Norozi, A., Maleki, A., Parsamehr, M., & Ghasemi, H. (2019). Investigating the effect of body image and body management on women's sports participation in Ilam province. (in Persian)
- Rahimi, A., Ehsani, M., Saffari, M., & Norouzi Seyed Hossini, R. (2021). The Effect of Social Ties on Commercialization Perception of Sports Science Research: The Mediating Role of Students' Research Capability. *Journal of Entrepreneurship Development*, 13(4), 481-499. (in Persian)
- Shakarzadeh, M., Rahmani K. & Khayani, F. (2017). Identifying and prioritizing quantitative and qualitative variables predicting the success of investment projects in perceptron neural network modeling for quality management in free and special economic zones of the country 7-3-159-175. (in Persian)

- Soltani, Naderian, Jerset, & Pejman. (2010). Sports marketing. *Accounting and Financial Management*, 4(1), 75-88.
- Sultan Hosseini, Ali Dost Ghafarakhi, Shabani Bahar, Rajabi, & Malik. (2012). Examining the views of private company managers about financial support for sports as a marketing tool. *Journal of Sports Management*, 4(12), 23-36. (in Persian)
- Tayibi, S., Jabari, A. & Babaki, R. (2009). Investigating the causal relationship between tourism and economic growth (a case study of Iran, OECD countries plus selected countries). *Journal: Danesh va Teshesh* 15(24) 63-84. (in Persian)
- Taylor, M. (2013). *The association game: A history of British football*: Routledge.
- Yaghobi, A., Pourkiani, M., Emami, F., & Alavi, S. H. (2021). Providing a Qualitative Model of Factors Affecting the Attraction of the Country's Student Sports Donors (Based on foundation data theorizing). *Research on educational Sport*, 8(21), 59-84. (in Persian)
- Zargar, A., & Afshin. (2015). Sports and international relations: conceptual and theoretical aspects. *Political Science Quarterly*, 11(31), 7-48. (in Persian)

