



دوفصلنامه مدیریت و توسعه ورزش

سال پنجم، شماره دوم، پیاپی ۹



دانشگاه گیلان

بررسی موانع اقتصادی خصوصی سازی باشگاه های لیگ حرفه ای فوتبال کشور

ابراهیم دلداری^{۱*}، غلامعلی کارگر^۲، فرزاد غفوری^۲

تاریخ پذیرش: ۹۳/۰۷/۲۹

تاریخ دریافت: ۹۳/۰۱/۲۷

چکیده

هدف: شناسایی و رتبه بندی موانع اقتصادی خصوصی سازی باشگاه های حرفه ای فوتبال کشور در سال ۹۱-۱۳۹۰ هدف اصلی این تحقیق بود.

روش شناسی: جامعه آماری شامل مدیران عامل باشگاه های فوتبال لیگ برتر و دسته یک، رئیسان کارگروه های مختلف فدراسیون فوتبال و مسئولان هیأت های فوتبال استان ها، مدرسان مدیریت ورزشی و برخی مدرسان اقتصاد و مدیریت که با مسائل باشگاه های حرفه ای فوتبال آشنایی داشتند و همچنین خبرنگاران فوتبال نویسی که با مسائل خصوصی سازی آشنایی دارند ($N=173$). گردآوری اطلاعات به شیوه پیمایشی، با استفاده از پرسشنامه انجام شد که روایی آن به تأیید متخصصان رسید و پایایی آن، به روش آلفای کرونباخ، ۰/۸۰ به دست آمد. برای رتبه بندی موانع از آزمون فریدمن استفاده شد و از آزمون تحلیل عاملی اکتشافی نیز استفاده گردید.

یافته ها: نتایج رتبه بندی نشان داد تخصیص نامناسب حق پخش تلویزیونی و تبلیغات دور زمین به باشگاه های حرفه ای فوتبال کشور اولین مانعی بود که بر سر راه خصوصی سازی در باشگاه های حرفه ای فوتبال کشور وجود داشت.

نتیجه گیری: افزایش کارایی و اثربخشی، بهبود مدیریت، به دست آوردن نتایج مطلوب و افزایش اعتبار باشگاه از موارد مهمی است که همواره مورد توجه علاقه مندان فوتبال بوده و مشکلات اقتصادی در راه خصوصی سازی باشگاه ها مانع دستیابی به اهداف مذکور شده است؛ بنابراین رفع موانع اقتصادی موجود، نخستین گام ضروری در این زمینه است.

واژگان کلیدی: بخش خصوصی، موانع اقتصادی، باشگاه فوتبال، لیگ برتر، ایران.

۱. دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه علامه طباطبایی

۲. دانشیار دانشگاه علامه طباطبایی

* نشانی الکترونیک نویسنده مسئول: deldar.ebrahim@yahoo.com

مقدمه

بدون شک، فوتبال به عنوان پرتعدادترین و محبوب‌ترین ورزش در پهنه بین‌المللی است (گزن و مورو^۱، ۲۰۰۷). امروزه فوتبال در بسیاری از کشورها ورزش ملی محسوب می‌شود (سانچز^۲، ۲۰۰۷) و در میان ارکان صنعت فوتبال، نقش باشگاه‌ها از بقیه مهم‌تر است؛ زیرا به مثابه کارخانه‌های تولیدی و بنگاه‌های اقتصادی آن عمل می‌کند (خبیری، ۱۳۸۴).

در گذشته بسیاری از باشگاه‌های فوتبال در جهان توسط مالکان ثروتمند و یا سیاستمداران اداره می‌شدند اما از اوایل دهه ۹۰ میلادی به دلیل افزایش هزینه‌ها، به‌ویژه دستمزد بازیکنان و نیاز شدید به منابع مالی جدید، کارشناسان خبره اقتصادی بهترین راه‌حل را پیوستن آن‌ها به بازار بورس معرفی کردند. در انگلستان باشگاه تاتنهام اولین باشگاهی بود که با عرضه سهام خود در بازار بورس در سال ۱۹۸۳ بیش از ۳/۳ میلیون پوند درآمد به دست آورد، همچنین باشگاه منچستر یونایتد نیز در سال ۱۹۹۱ وارد بورس لندن شد و بین سال‌های ۱۹۹۵ تا ۱۹۹۷ شانزده باشگاه دیگر انگلستان نیز به بورس راه یافتند (مورو^۳، ۲۰۰۴).

امروزه باشگاه‌های فوتبال در سراسر جهان به شرکت‌های تجاری حرفه‌ای معتبر تبدیل شده‌اند. به‌عنوان نمونه در حال حاضر بیست باشگاه مطرح انگلستان در بورس لندن حضور داشته و هزاران نفر طرفدار فوتبال سهام‌دار این باشگاه‌ها بوده و از طریق داد و ستد سهام خود علاوه بر کسب سود به باشگاه‌های خود نیز

کمک مالی فراوانی می‌کنند. این شکل اداره باعث شده تا باشگاه‌ها به دو هدف اصلی خود؛ یعنی موفقیت تجاری و ورزشی دست یابند (همیل و هلت^۴، ۲۰۰۳).

در حال حاضر، تأثیر اقتصادی فوتبال به برگزاری رویدادهای بزرگ بین‌المللی مانند جام جهانی محدود نمی‌شود، بلکه در بسیاری از کشورها، برگزاری لیگ‌های حرفه‌ای و صنعت باشگاه‌داری باعث رشد و توسعه اقتصادی در سطح کلان شده است؛ به‌عنوان نمونه در کشورهایی مانند انگلستان و اسپانیا، فوتبال به‌منزله ماشین اقتصادی عمل می‌کند و سالانه میلیون‌ها دلار درآمد دارد و از این طریق، در رشد و توسعه اقتصادی کل کشور نیز نقش مهم ایفا می‌کند (دابسن و گادرد^۵، ۲۰۰۱).

از ۱۸ تیمی که در لیگ برتر ۹۱-۱۳۹۰ حضور داشتند، ۱۵ تیم دارای مالکیت دولتی بوده و تنها ۳ تیم ملوان بندر انزلی، راه‌آهن شهر ری و داماش گیلان دارای مالکیت خصوصی بودند که البته این ۳ تیم هم در سال‌های اخیر، ابتدا وارد بورس شده و در پی آن به بخش خصوصی سپرده شدند؛ بنابراین، اکثر قریب به اتفاق باشگاه‌های فوتبال در ایران در اختیار بخش‌های دولتی قرار داشته، با مشکلات مالی متعددی مواجه‌اند که همین امر، مانعی در مسیر خصوصی‌سازی باشگاه‌ها است (دلدار، ۱۳۹۱).

همیل و والتر^۶ (۲۰۱۰) ضمن بررسی عملکرد مالی باشگاه‌های فوتبال انگلستان از ابتدای برگزاری لیگ برتر در سال ۱۹۹۲ چنین عنوان

4. Hamil, S, Helt, M.
5. Dobson, S, Goddard, J
6. Hamil, S. Walters, G

1. Guzmán, I, Morrow, S
2. García-Sánchez, M
3. Morrow, S

کارشناسان اقتصادی معتقدند مهم‌ترین مشکلات اقتصادی ایران شامل مالکیت گسترده دولتی، ساختار انحصاری بازار، درون‌گرایی و عدم تعادل با بازارهای خارجی است (قره‌خانی، ۱۳۸۹). بدیهی است که وجود این ایرادهای ساختاری در اقتصاد بر بسیاری از صنایع از جمله صنعت فوتبال نیز تأثیر داشته است، به‌عنوان نمونه نتایج تحقیق مرادی (۱۳۸۸) درباره نقش عوامل اقتصادی (خطر سرمایه‌گذاری، اندازه بازار و وجود ساختار رقابتی) و میزان سرمایه‌گذاری خارجی در فوتبال کشور ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد؛ بنابراین استقرار ساختار رقابتی در اقتصاد کشور بر صنعت فوتبال نیز تأثیر مثبت خواهد داشت به نحوی که شرکت‌های تجاری برای استفاده تبلیغاتی از فوتبال کشور (به علت عمومیت بالای آن) با یکدیگر رقابت خواهند کرد (رضانی، ۱۳۸۶).

مرادی (۱۳۸۸) در تحقیق خود عوامل بازدارنده سرمایه‌گذاری خارجی در فوتبال کشور را به سه دسته تقسیم کرد: ساختار اقتصادی و مشکلات مربوط با آن، مهم‌ترین موانع معرفی شدند البته او بیان کرد که این عامل خارج از ساختار فوتبال کشور و فراتر از آن است، دومین عامل بازدارنده، ساختار صنعت ورزش کشور و سومین مانع مرتبط با صنعت فوتبال و باشگاه‌های آن است. امیری و همکارانش (۱۳۹۲) در پژوهش خود تحت عنوان تبیین و اولویت‌بندی موانع فراروی خصوصی‌سازی و مشارکت بخش خصوصی در توسعه ورزش به این نتایج دست یافت که رقابت غیرمستقیم دولت با بخش خصوصی، مقاومت مدیران نسبت به کاهش تصدی دولت به سبب وابستگی‌شان به بخش

نمودند که اگرچه درآمد باشگاه‌ها به‌خصوص به خاطر حق پخش تلویزیونی زیاد شده است ولی هرساله میزان سود مالیات معوقه باشگاه‌ها افزایش یافته و باشگاه‌های زیادی وجود دارند که میزان بدهی‌های آن‌ها بالا رفته است. یافته‌های آن‌ها نشان داد، این باشگاه‌ها برای بقا باید مالک یا سرمایه‌گذار خود را عوض کرده یا در فرآیندهای مالی خود تجدید نظر کنند؛ با این حال نزدیک به ۵۰ باشگاه از سال ۱۹۹۲ تا ۲۰۰۹ با ورشکستگی مواجه شده‌اند.

امروزه سازمان‌های ورزشی دولتی از لحاظ کارآیی عملیاتی و عملکرد مالی پایین‌تر از سطح مطلوب قرار دارند و چندان دلخواه عموم جامعه نیستند؛ از این رو بسیاری از سازمان‌های ورزشی که کاملاً در مالکیت دولت قرار دارند و به شکل دولتی اداره می‌شوند، با کمبود بودجه مواجه می‌شوند. این وضعیت سبب حذف یا کاهش خدمات و رویدادهای ترتیب داده‌شده به‌وسیله این سازمان‌ها شده است. شاید بتوان علت اصلی مشکلات ورزش ایران را در این نکته دانست که اقتصاد ایران دولتی است و به صورت درون‌گرا و انحصارگرا عمل می‌کند که همین امر صنعت ورزش ایران را با مشکل مواجه کرده است. مالکیت دولتی بیشتر شرکت‌های تجاری سبب می‌شود رقابتی بین آن‌ها وجود نداشته باشد. از طرفی، باشگاه‌ها نیز دولتی‌اند که مانعی در راه درآمدزایی بهینه محسوب می‌شود. تا هنگامی که دولت به باشگاه‌ها کمک می‌کند آن‌ها نیز رغبتی برای سرمایه‌گذاری مستقیم در صنعت ورزش ندارند و به همین دلیل است که بسیاری از حامیان مالی از دست رفته‌اند (علیدوست و همکاران، ۱۳۹۲).

خصوصی سازی باشگاه های فوتبال تأثیر می گذارند. پاداش (۱۳۸۸)، در تحقیق خود درباره خصوصی سازی باشگاه های ورزشی با تأکید بر ورزش فوتبال بیان کرد که نقش عوامل اقتصادی از بقیه موارد مهم تر است؛ زیرا آن ها مهم ترین موانع خصوصی سازی می باشند. خبیری (۱۳۸۴)

نیز نشان داد باشگاه های فوتبال ایران با حداقل معیارهای یوفا در حیطه مالی فاصله زیادی دارند (حدود ۶۰ درصد) و باید در جهت شفافیت اطلاعات مالی، پیروی از قوانین و مقررات مالی و دستیابی به تراز مالی مثبت گام بردارند.

بررسی نتایج تحقیقات در این زمینه نشان می دهد که مهم ترین موانع اقتصادی شامل: تحقق نیافتن حق پخش تلویزیونی، پرداخت نکردن حق تبلیغات دور زمین مسابقه، رعایت نکردن حق مالکیت، درآمد پایین بلیت فروشی، درآمد کم از محل حامیان مالی، دریافت نکردن حق عضویت، درآمد ناچیز از محل نقل و انتقال بازیکن، شفاف نبودن وضعیت مالی، هزینه نامتناسب با درآمد در زمینه حقوق و مزایای بازیکنان و مربیان (عدم حاکمیت منطق هزینه - فایده)، درآمد کم باشگاه ها از محل تبلیغات و بازرگانی و تراز مالی منفی باشگاه های فوتبال بوده است (رضانی، ۱۳۸۶، الهی، ۱۳۸۷).

از آنجا که در حال حاضر، فوتبال کشور دچار زیان مالی بوده و ریسک بالایی دارد، جذابیت چندانی برای بخش خصوصی ندارد؛ به ویژه زمانی که دولت به باشگاه های کمک مالی می نماید و بودجه باشگاه ها مستقیماً از دولت گرفته می شود، برای حامیان مالی خصوصی تمایل و رغبتی برای حمایت وجود ندارد؛ بنابراین رفع مشکلات باشگاه ها ضرورتی انکارناپذیر برای موفقیت خصوصی سازی

دولتی، فقدان امنیت سرمایه گذاری در کشور و استفاده دولت از ورزش به عنوان یک ابزار سیاسی در زمره مهم ترین موانع مدیریتی، فرهنگی اجتماعی، اقتصادی و سیاسی حقوقی فرار روی خصوصی سازی ورزش در کشور هستند (امیری و همکاران، ۱۳۹۲).

جلالی فراهانی و علی دوست (۱۳۹۲) در پژوهش خود به تحلیل موانع اقتصادی مؤثر بر اجرای سیاست های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی در ورزش حرفه ای ایران پرداختند و موانع را به دو مانع اقتصادی و مالی و موانع سرمایه گذاری و حمایت مالی تقسیم نمودند و مهم ترین موانع شناسایی شده در این زمینه عبارت بودند از: بی ثباتی در سیاست های پولی و مالی کشور، مشارکت نکردن سرمایه گذران خارجی در بازارهای سرمایه داخل، مالکیت دولتی بسیاری از صنایع، کارخانه ها، نهادها و سازمان های ورزشی و غیرورزشی، کم بودن سرانه درآمد ملی در کشور، نبود امنیت اقتصادی و خطر زیاد سرمایه گذاری در ورزش حرفه ای، عدم تخصیص حق پخش تلویزیونی مناسب به باشگاه ها و ... (جلالی فراهانی و علی دوست، ۱۳۹۲).

مرادی و همکارانش (۱۳۹۲) در تحقیق خود دریافتند که موانع اقتصادی اثرگذار بر جذب سرمایه گذاری خارجی را می توان به سه دسته کلی تقسیم کرد: دسته اول موانعی اند که ریشه در ساختار اقتصادی کشور دارند؛ دسته دوم موانعی که ریشه در ساختار صنعت ورزش کشور دارند؛ دسته سوم موانعی که ریشه در ساختار نهادهای فوتبال دارند (مرادی و همکاران، ۱۳۹۲).

تحقیقات انجام شده در زمینه خصوصی سازی ورزش نشان می دهد، عوامل مختلفی بر

مختلف فدراسیون فوتبال و مسئولان هیأت‌های فوتبال استان‌ها؛ ج) مدرسان مدیریت ورزشی و برخی مدرسان اقتصاد و مدیریت که با مسائل باشگاه‌های فوتبال آشنایی داشتند؛ د) خبرنگاران فوتبال نویسی که با مسائل خصوصی‌سازی آشنایی داشتند و ه) برخی از صاحب‌نظران آشنا با مسائل فوتبال و خصوصی‌سازی. به علت کم بودن تعداد جامعه آماری و همچنین دسترسی دشوار به آن‌ها، همه گروه‌های یاد شده به‌عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند و در نهایت ۱۱۴ نفر (به دلیل عدم همکاری تعدادی از این افراد و همچنین پرسشنامه‌های ناقص) در این تحقیق مشارکت داشتند که برخی اطلاعات جمعیت شناختی آن‌ها در قسمت یافته‌ها (جدول ۱)، ارائه شده است.

برای اندازه‌گیری و محاسبه انحراف استاندارد، میانگین و رسم جدول از آمار توصیفی و برای تجزیه و تحلیل یافته‌های تحقیق از آمار استنباطی (آزمون فریدمن و آزمون تحلیل عاملی اکتشافی) استفاده شد. تمامی عملیات آماری با استفاده از نرم‌افزار SPSS، نسخه ۱۹ انجام شد.

یافته‌ها و نتایج پژوهش

در جدول زیر اطلاعات جمعیت شناختی افراد شرکت‌کننده در تحقیق را مشاهده می‌فرمایید.

باشگاه‌های فوتبال است. همچنین با توجه به تحقیقات انجام‌شده در خصوص خصوصی‌سازی در صنعت ورزش و به‌خصوص خصوصی‌سازی در ورزش فوتبال، هنوز تحقیق جامعی که موانع اقتصادی پیش روی فوتبال کشور را شناسایی و رتبه‌بندی نماید انجام نگردیده لذا تحقیق حاضر با هدف شناسایی و رتبه‌بندی موانع اقتصادی خصوصی‌سازی لیگ حرفه‌ای فوتبال کشور انجام شد تا رهنمودهایی عملیاتی برای رفع این مشکل ارائه کند.

روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ روش اجرا توصیفی می‌باشد. گردآوری اطلاعات به شیوه پیمایشی، با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته بود که طرح اولیه پرسشنامه از رساله دکتری علی‌دوست قهفرخی (۱۳۸۹) استخراج گردید. مدرسان مدیریت ورزشی، مدیران عامل باشگاه‌ها، برخی از خبرنگاران و صاحب‌نظران در زمینه خصوصی‌سازی و فوتبال، روایی پرسشنامه را تأیید کرده و پایایی آن نیز از طریق مطالعه مقدماتی، با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۰ به‌دست آمد.

جامعه آماری این تحقیق شامل ۵ گروه بود: الف) مدیران عامل باشگاه‌های فوتبال لیگ برتر و دسته یک (آزادگان؛ ب) رئیس‌ان کارگروه‌های

جدول ۱. اطلاعات جمعیت شناختی افراد شرکت‌کننده در تحقیق

نوع شغل افراد	فدراسیون و هیأت‌ها	صاحب‌نظران	خبرنگاران	مدیرعامل	مدرسان	مجموع
تعداد	۳۱	۱۸	۱۶	۲۱	۲۸	۱۱۴
درصد	۲۷/۲	۱۵/۸	۱۴	۱۸/۴	۲۴/۶	۱۰۰
سطح تحصیلات	دیپلم	کاردانی	کارشناسی	ک. ارشد	دکتری	
تعداد	۱۰	۱۲	۴۸	۱۴	۳۰	۱۱۴

درصد	۸/۷	۱۰/۵	۴۲/۱	۱۲/۴	۲۶/۳	۱۰۰
	۳۰ تا ۴۰ سال	۴۱ تا ۵۰ سال	۵۱ تا ۶۰ سال	بالای ۶۰ سال		
سن	تعداد	۲۵	۴۶	۳۶	۷	۱۱۴
درصد	۲۱/۹	۴۰/۴	۳۱/۶	۶/۱	۱۰۰	
	کمتر از ۵ سال	۶ تا ۱۵ سال	۱۶ تا ۲۵ سال	بیشتر از ۲۶ سال		
سابقه کار	تعداد	۱۵	۲۵	۴۲	۳۲	۱۱۴
درصد	۱۳/۲	۲۱/۹	۳۶/۸	۲۸/۱	۱۰۰	
	تربیت بدنی	غیر تربیت بدنی				
رشته تحصیلی	تعداد	۵۲	۶۲			
درصد	۴۵/۶	۵۴/۴				

نتایج آزمون فریدمن نشان داد اهمیت موانع از موانع مهم تر از موانع دیگرند. اقتصادی به یک اندازه نیست، به طوری که برخی

جدول ۲. تفاوت اولویت بندی موانع خصوصی سازی فوتبال بر اساس آزمون فریدمن

نمونه	Df	خی دو	P	نتیجه
۱۱۴	۲۳	۲۵۰/۹۰۷	۰/۰۰۱	تفاوت بین اولویت بندی موانع معنی داری است.

و مشخص شدن میزان اهمیت آن‌ها در مقایسه با یکدیگر، از آزمون رتبه بندی فریدمن استفاده شد که نتایج آن در جدول شماره ۳ و به ترتیب اولویت ارائه شده است.

همان طور که جدول شماره ۲ نشان می دهد، رتبه میانگین موانع اقتصادی با هم برابر نیست؛ به عبارت دیگر برخی موانع اقتصادی مهم تر از موانع دیگرند؛ در نتیجه برای تعیین رتبه هر یک از منابع

جدول ۳. رتبه بندی موانع خصوصی سازی از نظر افراد شرکت کننده در تحقیق

رتبه	موانع اقتصادی خصوصی سازی باشگاه های فوتبال	میانگین رتبه-ها
۱	تخصیص نامناسب حق پخش تلویزیونی و تبلیغات دور زمین به باشگاه های حرفه ای فوتبال کشور	۱۴/۸۳
۲	نیاز به سرمایه گذاری کلان برای ساخت و خرید اماکن ورزشی	۱۴/۲۹
۳	عدم رعایت حقوق مالکیت معنوی باشگاه های حرفه ای فوتبال کشور	۱۴/۰۱
۴	امنیت ضعیف اقتصادی و ریسک بالای سرمایه گذاری در ورزش حرفه ای فوتبال کشور	۱۴/۰۰
۵	وجود بستر نامناسب برای سرمایه گذاری در فوتبال حرفه ای توسط بخش خصوصی در کشور	۱۳/۹۳
۶	تغییرات بی درپی و بی رویه در متغیرهای کلان اقتصادی کشور مانند ارز و...	۱۳/۹۰
۷	ضعف یا استفاده نامناسب از محیط ورزشگاه ها برای درآمدزایی	۱۳/۸۴
۸	عدم امکان مشارکت سرمایه گذاران مستقیم خارجی در باشگاه های حرفه ای فوتبال کشور	۱۳/۸۰
۹	ناشناخته بودن و اعتبار کم نشان تجاری (Brand) باشگاه ها و لیگ حرفه ای فوتبال در سطح ملی و	۱۳/۶۱

بین‌المللی	
۱۳/۳۶	کیفیت پایین امکانات رفاهی و تأسیسات فیزیکی ورزشگاه‌های محل برگزاری مسابقات فوتبال
۱۳/۱۴	وجود سیستم‌های مالی نامناسب در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال کشور
۱۳/۰۷	مناسب نبودن قوانین مالیاتی برای سرمایه‌گذاری در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال کشور
۱۲/۵۵	بازار مالی کوچک و تحت کنترل دولت و عدم آزادسازی بازار در اقتصاد کل کشور
۱۲/۵۲	ضعف ساختار بلیت‌فروشی در سازمان لیگ و باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال کشور
۱۲/۳۹	عدم شفاف‌سازی اطلاعات مالی و اقتصادی باشگاه‌ها و سازمان لیگ
۱۲/۲۵	ناکافی بودن تسهیلات دولتی برای تشویق بخش خصوصی به منظور مشارکت در باشگاه‌داری حرفه‌ای
۱۲/۱۷	درآمد کم از محل صحنه‌گذاری (تائید محصولات) شرکت‌ها در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال کشور
۱۱/۷۹	ضعف در نظام دستمزد و قرارداد بازیکنان و مربیان حرفه‌ای فوتبال در فصل نقل و انتقالات
۱۱/۲۷	درآمد ضعیف از محل حق عضویت افراد در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال کشور
۱۱/۲۱	آشنایی ضعیف مدیران فوتبالی با مفاهیم اقتصادی خصوصی‌سازی
۱۱/۲۰	ضعف کانون هواداران باشگاه‌ها جهت سوق دادن هواداران به هزینه کردن در راستای اهداف باشگاه محبوبشان
۱۱/۱۵	استیجاری بودن مکان ورزشگاه‌ها در بیشتر باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال کشور
۱۰/۳۵	درآمد کم باشگاه‌ها از محل نقل و انتقال بازیکنان در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال کشور
۵/۲۵	نبود نظام پیش‌بینی نتایج در لیگ حرفه‌ای فوتبال کشور

رتبه میانگین هر یک از موانع اقتصادی خصوصی‌سازی باشگاه‌های فوتبال نشان می‌دهد که تخصیص نامناسب حق پخش تلویزیونی و تبلیغات دور زمین به باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال کشور، مهم‌ترین مانع است و نبود نظام پیش‌بینی نتایج مسابقات باشگاهی در آخرین رتبه اهمیت قرار دارد.

در ادامه با استفاده از آزمون تحلیل عاملی اکتشافی به بررسی مؤلفه‌های موجود در تحقیق پرداخته شد که همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، پنج عامل یا مؤلفه به صورت کلی به‌عنوان مهم‌ترین موانع اقتصادی خصوصی‌سازی باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال کشور شناسایی شدند که برای هر یک نیز اسمی در نظر گرفته شد.

رتبه میانگین هر یک از موانع اقتصادی خصوصی‌سازی باشگاه‌های فوتبال نشان می‌دهد که تخصیص نامناسب حق پخش تلویزیونی و تبلیغات دور زمین به باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال کشور، مهم‌ترین مانع است و نبود نظام پیش‌بینی نتایج مسابقات باشگاهی در آخرین رتبه اهمیت قرار دارد.

جدول ۴. نتایج تحلیل عاملی موانع اقتصادی خصوصی‌سازی

Component					موانع اقتصادی خصوصی‌سازی	مؤلفه‌ها
۵	۴	۳	۲	۱		
				۰/۶۳۵	عدم امکان مشارکت سرمایه‌گذاران مستقیم خارجی	سرمایه‌گذاری
				۰/۷۰۳	نیاز به سرمایه‌گذاری کلان برای ساخت و خرید اماکن ورزشی	
				۰/۷۰۹	وجود بستر نامناسب برای سرمایه‌گذاری در فوتبال حرفه‌ای	
				۰/۵۸۵	مناسب نبودن قوانین مالیاتی برای سرمایه‌گذاری	قوانین
				۰/۸۳۶	تخصیص نامناسب حق پخش تلویزیونی و تبلیغات دور	

	زمین	
۰/۷۳۳	عدم رعایت حقوق مالکیت معنوی	
۰/۵۴۴	ضعف در نظام دستمزد و قرارداد بازیکنان و مربیان	
۰/۷۸۸	نبود نظام پیش‌بینی نتایج در لیگ حرفه‌ای فوتبال کشور	
۰/۸۳۴	ضعف ساختار بلیت‌فروشی	
۰/۷۴۸	ضعف کانون هواداران	
۰/۵۲۳	استیجاری بودن مکان ورزشگاه‌ها	
۰/۵۹۴	ضعف یا استفاده نامناسب از محیط ورزشگاه‌ها	تسهیلات
۰/۷۸۴	کیفیت پایین امکانات رفاهی و تأسیسات فیزیکی	
۰/۷۴۷	درآمد کم باشگاه‌ها از محل نقل و انتقال بازیکنان	
۰/۵۶۶	درآمد ضعیف از محل حق عضویت افراد در باشگاه‌ها	
۰/۶۸۴	درآمد کم از محل صحه‌گذاری (تائید محصولات) شرکت-ها	برند
۰/۵۷۱	ناشناخته بودن و اعتبار کم نشان تجاری (Brand) باشگاه‌ها	
۰/۶۲۱	بازار مالی کوچک و تحت کنترل دولت	
۰/۵۹۴	وجود سیستم‌های مالی نامناسب در باشگاه‌ها	
۰/۵۹۵	عدم شفاف‌سازی اطلاعات مالی	امنیت
۰/۷۸۰	امنیت ضعیف اقتصادی و ریسک بالای سرمایه‌گذاری	اقتصادی
۰/۷۱۸	ناکافی بودن تسهیلات دولتی برای تشویق بخش	
۰/۷۰۴	تغییرات پی‌درپی و بی‌رویه در متغیرهای کلان اقتصادی	
۰/۵۰۷	آشنایی ضعیف مدیران فوتبالی با مفاهیم اقتصادی	

بحث و نتیجه‌گیری

در این تحقیق، موانع اقتصادی خصوصی‌سازی باشگاه‌های لیگ حرفه‌ای فوتبال کشور به ترتیب اهمیت رتبه‌بندی شدند که مهم‌ترین مانع در این بحث تخصیص نامناسب حق پخش تلویزیونی و تبلیغات دور زمین به باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال کشور بود. اگرچه دریافت حق پخش رسانه‌ای در اکثر کشورهای دنیا به صورت یک منبع درآمدی عمده برای صنعت فوتبال محسوب می‌شود، ولی این موضوع هنوز در کشور ما وجاهت قانونی و اجرایی نیافته است. اهمیت اقتصادی پخش رسانه‌ای مسابقات

ورزشی به حدی است که مورو^۱، یکی از اقتصاددانان فوتبال از آن با عنوان سوق‌دهنده اقتصاد نام برده است (مورو، ۱۹۹۹). علاوه بر این، وجود مشکلات عمده حقوقی در موضوع کپی رایت یا حقوق اثر در کل کشور از دیگر موانع شناسایی شده در این حیطه بود. در سال-های اخیر، در ماده ۷۵ اساسنامه جدید فدراسیون فوتبال از فدراسیون و اعضای آن به عنوان صاحبان اصلی کلیه حقوق ناشی از برگزاری مسابقات (نظیر حق پخش تلویزیونی) نام برده شده است. از آنجا که این اساسنامه در تاریخ ۲۴ مردادماه ۱۳۸۶ به تصویب هیأت

ایران، بنا به دلایل ساختاری و مدیریتی مختلف، صنعت فوتبال ایران فرآیند توسعه اقتصادی را به کندی می‌پیماید. بنابراین، در چنین شرایطی طبیعی به نظر می‌رسد که اطمینان برای سرمایه‌گذاری حامیان مالی و بخش خصوصی در حد قابل قبولی نباشد. در این راستا در صورتی که صنعت فوتبال بتواند به‌طور اساسی در فرآیند توسعه اقتصادی گام بردارد و به یک صنعت تمام عیار مبدل شود، محیط مطمئن اقتصادی برای سرمایه‌گذاری به وجود خواهد آمد و مانع مذکور نیز خود به خود حل خواهد شد (الهی، ۱۳۸۷).

فقدان ثبات در سیاست‌های پولی و مالی کشور و تغییرات پی در پی و بی‌رویه در متغیرهای کلان اقتصادی مانند نرخ ارز؛ ششمین مانع از موانع اقتصادی بود. سیاست‌ها و استراتژی‌هایی که توسط دولت اتخاذ می‌شوند و در مواردی به قانون و مقررات ترجمه می‌گردند، باید از یک ثبات نسبی و پایدار برخوردار باشند. متأسفانه قانون‌گذاری‌های اقتصادی از تأمل و دقت و کارشناسی لازم برخوردار نبوده و از انفعال‌های سیاسی و بحران‌های مقطعی به دور نیستند و تحت تأثیر شرایط خاصی، بدون آن‌که همه جوانب و ابعاد مختلف فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی مسئله دیده شود، انجام می‌گیرند. از سوی دیگر، تغییرات مکرر در قوانین، مقررات، آیین‌نامه‌ها و بخش‌نامه‌ها، بدترین ضربه بر امنیت اقتصادی کشور است. گرچه برخی از این تغییرات در اثر تصمیمات خارج از دستگاه‌های اجرایی اتخاذ می‌شوند، اما برای سرمایه‌گذار تفاوتی نمی‌کند که تصمیم‌گیر چه کسی بوده است. برای سرمایه‌گذار زمانی امنیت وجود دارد که او اطمینان داشته باشد، قوانین و مقررات بازرگانی، ارزی و غیره حداقل در یک دوره پنج‌ساله تغییر نمی‌کنند (احمدی، ۱۳۸۶).

دولت جمهوری اسلامی ایران نیز رسیده و بنابراین لازم‌الاجرا است، شاید بتوان آن را به عنوان سرآغازی برای گام برداشتن در راستای دریافت حق پخش تلویزیونی مسابقات از صدا و سیما دانست.

نیاز به سرمایه‌گذاری کلان برای ساخت و خرید باشگاه‌های فوتبال نیز به عنوان یکی از موانع مهم اقتصادی خصوصی‌سازی باشگاه‌های در لیگ حرفه‌ای فوتبال کشور بود. نتایج تحقیق خبیری (۱۳۸۴) نشان داد، در حیطه امکان و فضاهای ورزشی مورد نیاز باشگاه‌های فوتبال کشور فاصله زیادی با حداقل معیارهای یوفا دارند زیرا فقط چند باشگاه دارای امکانات مورد نیاز می‌باشند و با احتساب تمامی فضاهای ورزشی سازمان تربیت‌بدنی (وزارت ورزش و جوانان) که در اختیار باشگاه‌ها قرار می‌گیرد باز هم فقط ۲۸ درصد معیارهای یوفا را پوشش داده است، هم-خوانی دارد.

امنیت ضعیف اقتصادی و ریسک بالای سرمایه‌گذاری در ورزش حرفه‌ای فوتبال کشور چهارمین مانع و همچنین، بی‌اعتنایی بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در ورزش حرفه‌ای به دلیل عدم تضمین بازگشت سرمایه پنجمین مانع از این موانع بود. سرمایه‌گذاران اغلب تمایل دارند در بخش‌هایی سرمایه‌گذاری کنند که تا حدی از بازگشت سرمایه‌شان اطمینان یافته و نسبت به گزینه‌های موجود دیگر ریسک کمتری را تجربه کنند. به بیان دیگر از نظر اقتصادی، در هر صنعتی که میزان ریسک برای سرمایه‌بلا باشد، حرکت سرمایه در آنجا کند و در هر صنعتی که میزان بازدهی انتظاری سرمایه بالاتر باشد، حرکت سرمایه در آنجا سریع‌تر خواهد بود (عسکریان و جعفری، ۱۳۸۸). علی‌رغم عمومیت نسبتاً بالای فوتبال در

تحقق اهداف حامیان مالی را در ورزشگاه‌ها مهیا کرد.

هشتمین مانع از موانع اقتصادی، عدم مشارکت سرمایه‌گذاران خارجی در بازارهای سرمایه داخل است. حجم سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و نرخ رشد آن یکی از مؤلفه‌های مهم در کاهش تصدی‌گری دولت و اندازه دولت است، زیرا تجربه جهانی غالباً بر این نکته تأکید دارد که افزایش سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی می‌تواند کمک‌کننده و همراه مناسبی در فرآیند خصوصی‌سازی باشد. اطلاعات مربوط به سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، از آنجا حائز اهمیت است که اکثر کشورهای موفق در امر خصوصی‌سازی، حجم بالای سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی را همراه با ایجاد محیط کسب و کار مناسب، صورت داده‌اند (طباطبایی یزدی، ۱۳۸۶).

ناشناخته بودن و اعتبار کم نشان^۲ باشگاه‌ها و لیگ حرفه‌ای در سطح ملی و بین‌المللی نهمین مانع از موانع اقتصادی بود. بالا بودن اعتبار آرم یا نشان نهادهای صنعت ورزش موضوع مهم دیگری است که توسط محققان مختلف به‌عنوان یک عامل حیاتی برای توسعه اقتصادی ورزش و جذب حامیان مالی به آن اشاره شده است (داهرتی و موری^۳، ۲۰۰۷ و جی‌یانگ^۴، ۲۰۰۴). اصولاً حامیان مالی در صدد هستند تا با ایجاد ارتباط میان وجهه رویدادهای ورزشی با وجهه محصولات یا خدمات خود به کسب درآمد بیشتر برای خود بپردازند. در این راستا طبیعی است که شرکت‌های حامی مالی به دنبال بخش‌هایی برای

از دیگر موانع اقتصادی که در راه خصوصی‌سازی باشگاه‌ها در لیگ حرفه‌ای فوتبال کشور وجود داشت، عدم استفاده صحیح و درست از محیط ورزشگاه‌ها برای درآمدزایی و تحقق اهداف حمایت مالی و همچنین، استیجاری بودن مالکیت ورزشگاه‌ها در بیشتر باشگاه‌های حرفه‌ای بود. به جز تعداد معدودی از باشگاه‌های حرفه‌ای کشور، اغلب باشگاه‌ها فاقد ورزشگاه اختصاصی بوده و بازی‌ها و یا حتی تمرینات خود را در ورزشگاه‌های استیجاری برگزار می‌کنند. چنین شرایطی ضمن اینکه باشگاه‌ها را از بسیاری از درآمدهای حاصل از برگزاری مسابقات محروم می‌کند، همچنین موجب می‌شود تا باشگاه‌ها برای کسب درآمد از محل درآمدهای روز مسابقه نیز اختیار چندانی نداشته باشند و نتوانند برای آن برنامه‌ریزی مناسبی را انجام دهند. محققان، شرایط نامناسب ورزشگاه‌های محل برگزاری مسابقات برای تحقق اهداف تبلیغاتی شرکت‌های حامی مالی را به عنوان مانعی در برابر توسعه سرمایه‌گذاری و حمایت مالی در ورزش حرفه‌ای کشور برشمرده‌اند (الهی، ۱۳۸۷). اوریلی و هاریسون^۱ (۲۰۰۵) بیان می‌کنند که با ایجاد تسهیلات و فناوری‌های تبلیغاتی روزآمد و جذاب‌تر در ورزشگاه‌ها می‌توان یکی از مهم‌ترین اهداف شرکت‌های حامی مالی که توسعه آگاهی عمومی در مورد آرم یا نشان آن‌هاست را برآورده کرد. 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 حاصل از چنین مطالعاتی می‌توان مبنای تصمیم‌گیری و سپس تلاش برای

2. Brand

3. Doherty, A. Murray, M

4. Gi-Yong, K

1. O'Reilly, N, Harrison, N. J

حرفه‌ای فوتبال به صورت متمرکز بوده و در اختیار سازمان لیگ قرار داد. بارها مشاهده شده است که بسیاری از باشگاه‌ها خواستار دریافت این مجوز به‌عنوان یکی از حقوق قانونی خود شده ولی تاکنون موفق به دریافت آن نشده‌اند.

وجود سیستم‌های مالی نامناسب در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال و همچنین درآمد ضعیف از محل حق عضویت افراد در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال از دیگر موانع موجود در راستای خصوصی‌سازی باشگاه‌ها در لیگ حرفه‌ای فوتبال کشور بودند. رقابت مهم‌ترین امتیاز و مایه حیات نظام اقتصادی مبتنی بر بازار است و هر عاملی که نیل به رقابت در بازار را مانع شود، به‌تدریج عدم کارایی را بر سیستم اقتصادی حاکم می‌سازد. یکی از اهدافی که در راستای خصوصی‌سازی موردپذیرش تمام صاحب‌نظران است، «افزایش رقابت» در فعالیتهای اقتصادی است (کابلی‌زاده، ۱۳۸۴). بسیاری از محققان اعتقاد دارند، تعادل رقابتی مستقیماً با تمایل هواداران برای حمایت از صنعت فوتبال مرتبط است؛ به عبارت دیگر، هر چه رویدادهای ورزشی از تعادل رقابتی بهتری برخوردار باشند، تمایل بیشتری را به سوی خود جلب خواهند کرد (علی‌دوست، ۱۳۸۹؛ برندس و فرانک^۳، ۲۰۰۶). میچی و آوتون^۴ (۲۰۰۴)، عدم تعادل رقابتی در یک لیگ حرفه‌ای را به منزله کاهش تعداد هواداران و در بلند مدت با خطر از دست دادن آن‌ها می‌دانند؛ بنابراین، ضروری است راه‌کارهای لازم جهت ایجاد تعادل رقابتی بهینه در بین باشگاه‌های موجود در لیگ‌های حرفه‌ای بررسی شود تا هواداران تمایل بیشتری برای حمایت از کل

سرمایه‌گذاری باشند که دارای اعتبار و وجهه مناسب‌تری در میان عموم مردم هستند (الهی، ۱۳۸۷). محققان یکی از شناخته‌شده‌ترین راه‌ها برای ارتقای آرم یا نشان باشگاه‌ها یا لیگ‌های حرفه‌ای را جذب بازیکنان و مربیان نخبه و شناخته‌شده بین‌المللی می‌دانند (دابسن و گارد، ۲۰۰۱). برومنت^۱ و همکارانش (۲۰۰۶) اعتقاد داشتند که جذب بازیکنان معروف، به‌طور همزمان موفقیت ورزشی، ارتقاء وجهه باشگاه و در نتیجه جذب منابع مالی بیشتر از حامیان مالی و پخش تلویزیونی را در پی داشته و در نهایت افزایش قیمت سهام باشگاه را به همراه خواهد داشت. اگرچه تدوین راه‌کارهای ارتقای آرم و نشان باشگاه‌ها و لیگ‌های حرفه‌ای نیازمند انجام مطالعات نظام‌مند و سازمان‌یافته است ولی به هر حال ضروری است تا باشگاه‌ها، سازمان لیگ و فدراسیون‌های ذیربط اهتمام لازم را در راستای توسعه آرم یا نشان صنعت فوتبال در سطوح ملی و بین‌المللی داشته باشند.

کیفیت پایین تأسیسات رفاهی و امکانات فیزیکی ورزشگاه‌های محل برگزاری مسابقات و همچنین ضعف ساختار بلیت‌فروشی در سازمان لیگ و باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال کشور یکی دیگر از موانع اقتصادی موجود در راه خصوصی‌سازی باشگاه‌هاست. سایر پژوهشگران نیز بر تأثیر عوامل فیزیکی و ویژگی‌های ورزشگاه‌ها بر توسعه تماشاگران تأکید داشته‌اند (الهی، ۱۳۸۷؛ علی‌دوست، ۱۳۸۹؛ شانک^۲، ۲۰۰۱). اختیار بلیت‌فروشی مسابقات لیگ حرفه‌ای فوتبال از جمله موارد مورد بحث بین باشگاه‌ها و فدراسیون فوتبال است. هم‌اکنون بلیت‌فروشی مسابقات لیگ

3. Brandes, L, Frank, E
4. Michie, J. & Oughton, C

1. Berument, H
2. Shank, M. D

باشگاه‌های حرفه‌ای داشته باشند و متعاقب آن صنعت فوتبال نیز نهایت استفاده و بهره اقتصادی را از این افزایش تمایل ببرد.

مناسب نبودن قوانین مالیاتی برای سرمایه‌گذاری در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال کشور نیز از دیگر موانع اقتصادی بود. اگرچه کسر مالیات از قرارداد ورزشکاران به قانون تبدیل شده، اما به نظر می‌رسد 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 آن‌ها مشمول پرداخت مالیات هستند. بر اساس فرمول جاری، ۳۰ درصد رقم قرارداد ورزشکاران از پرداخت مالیات معاف است و بین ۱۰ تا ۳۵ درصد از ۷۰ درصد مابقی رقم قرارداد به عنوان مالیات دریافت خواهد شد. شاید این نخستین باری باشد که چنین جدیتی برای اخذ مالیات از ورزشکاران در دستور کار قرار گرفته است اما با این حال هنوز جایگاه واقعی خود را پیدا نکرده است (میچی و آوتون، ۲۰۰۴). 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.

سیزدهمین مانع از موانع اقتصادی، بازار مالی کوچک و تحت کنترل دولت و عدم آزادسازی بازار در اقتصاد کل کشور بود. خصوصی‌سازی به مقررات زدایی و زدودن شرایط انحصاری بستگی دارد و صرفاً با واگذاری، خصوصی‌سازی محقق نخواهد شد (حسینی و مهرآرا، ۱۳۸۷). همچنین، عدم شفافیت در اطلاعات مالی نهادهای ذی‌ربط

صنعت فوتبال یکی دیگر از موانع توسعه اقتصادی صنعت فوتبال بود. اصولاً افراد و شرکت‌ها برای سرمایه‌گذاری در هر بخشی، خواهان داشتن اطلاعات شفاف مالی و اقتصادی در مورد آن هستند. از نظر کشاکش^۱ (۲۰۰۴)، شفافیت در اطلاعات مالی باشگاه‌ها و لیگ‌های حرفه‌ای یکی از معیارهای تصمیم‌گیری شرکت‌های حامی مالی بالقوه برای ورود یا عدم ورود به صحنه حمایت مالی ورزشی خواهد بود. سایر محققان نیز با مروری بر وضعیت مالی سازمان لیگ حرفه‌ای و باشگاه‌های لیگ حرفه‌ای فوتبال، ضرورت ایجاد شفافیت در اطلاعات مالی و اقتصادی سازمان لیگ و باشگاه‌های لیگ حرفه‌ای را مورد تأکید قرار دادند (خبیری و الهی، ۱۳۸۴؛ الهی، ۱۳۸۷؛ علی‌دوست، ۱۳۸۹).

ناکافی بودن تسهیلات دولتی برای تشویق بخش خصوصی به منظور مشارکت در باشگاه‌داری حرفه‌ای از دیگر موانع اقتصادی خصوصی‌سازی در لیگ حرفه‌ای فوتبال کشور بود. به دلیل بالا بودن هزینه‌های مدیریت باشگاه‌های ورزشی به‌ویژه در ابتدای کار، پرداخت تسهیلات مالی بلاعوض یا کم بهره با بازپرداخت طولانی مدت به بخش خصوصی از ضروریات است و چون در عرصه بخش خصوصی توانمندی وجود ندارد و ترس از عدم بازگشت سرمایه نیز وجود دارد، اعطای تسهیلات مالی بلاعوض یا کم بهره می‌تواند مشوق خوبی برای ورود آن‌ها به عرصه فوتبال باشد. همچنین ممکن است چون ورزش در زمره فعالیت‌های خدماتی محسوب می‌شود نرخ سود تسهیلات اعطایی آن نیز مانند سایر بخش‌های تولیدی و خدماتی محاسبه شده که به

که چنین هزینه کردی باید بر مبنای منطق هزینه - فایده صورت پذیرد. هنگامی که چنین هزینه‌هایی در حساب سود و زیان باشگاه‌ها پیش‌بینی نشده باشد، در نهایت منجر به ضرر مالی باشگاه‌ها و ورشکستگی آن‌ها خواهد شد. طبق آمار، میانگین هزینه‌های هر باشگاه در لیگ برتر کشور، حدود ۸ میلیارد تومان است که ۹۰ درصد آن صرف خرید بازیکنان و استخدام مربی می‌شود که نشان‌دهنده عدم حاکمیت منطق هزینه فایده در باشگاه‌های فوتبال است، در حالی که در کشورهای صاحب‌نام فوتبال، وضعیت دیگری حاکم است، به‌عنوان مثال باشگاه هوفن‌هایم آلمان در طول هشت سال تلاش برای رسیدن به بوندس لیگا، تنها ۲۵ درصد بودجه‌اش را صرف حقوق بازیکنان و مربیان کرد و بخش عمده‌ای را در توسعه زیرساخت‌ها و امور زیربنایی مانند ساخت ورزشگاه و دیگر امکانات لازم هزینه کرد. از طرف دیگر، با توجه به افزایش دست‌کم ۲۰ تا ۳۰ درصدی هزینه‌های مذکور در هر سال، مانع بزرگی در راه خصوصی‌سازی باشگاه‌های فوتبال است؛ زیرا تا چند سال آینده، در خوش‌بینانه‌ترین وضعیت ممکن، هر باشگاه باید بیش از ۱۲ میلیارد تومان در سال درآمد داشته باشد تا زیان-ده نباشد (شهرابی، ۱۳۸۸).

آشنایی ضعیف مدیران فوتبالی با مفاهیم اقتصادی خصوصی‌سازی بیستمین مانع اقتصادی بود. از آنجا که وقتی مدیران باشگاه‌های فوتبال خود با مفاهیم اقتصادی خصوصی‌سازی در فوتبال آشنا نباشند در نتیجه توان اینکه زمینه اقتصادی باشگاه‌ها را محیا نمایند تا باشگاه‌ها به سمت خصوصی‌سازی بروند را دارا نمی‌باشند. درآمد ضعیف از محل حق عضویت افراد در باشگاه-های حرفه‌ای فوتبال کشور مانع بعدی در مسیر

عقیده کارشناسان ورزشی این نرخ برای این عرصه بالاست و باید کاهش یابد یعنی اگر نرخ تسهیلات این بخش مانند سرمایه‌گذاری در مسکن باشد می‌تواند عامل تشویقی خوبی برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در فوتبال حرفه-ای در کشور شود (علی‌دوست، ۱۳۸۹).

درآمد کم از محل صحت‌گذاری (تائید محصولات) شرکت‌ها در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال کشور هفدهمین مانع از موانع اقتصادی می‌باشد. عدم وجود متخصصان زبده بازاریابی در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال کشور، کمبود آژانس‌های بازاریابی ورزشی و عدم تدوین طرح-هایی استراتژیک و عملیاتی بازاریابی در سطوح مختلف صنعت فوتبال کشور به‌عنوان سه عامل عمده در برابر توسعه، جذب سرمایه‌گذاری و حمایت مالی در صنعت فوتبال شناسایی شده‌اند (الهی، ۱۳۸۴). از نظر دابسون و گودارد (۲۰۰۱)، وجود آژانس‌های تخصصی بازاریابی در ورزش حرفه‌ای باعث شده تا پلی ارتباطی بین صنایع و ورزش ایجاد شود که در این میان نوعی وضعیت برد-برد^۱ به وجود خواهد آمد که هر سه طرف یعنی صنعت ورزش، آژانس‌ها و حامیان مالی سود کافی خواهند برد (داهرتی و موری، ۲۰۰۷).

افزایش قیمت بی‌رویه بازیکنان و مربیان در فصل نقل و انتقالات به دلیل وجود نظام دلالی و عدم نظارت دقیق بر آن، از جمله موانع موجود بود. در تمامی لیگ‌های حرفه‌ای دنیا، هزینه حقوق و پاداش بازیکنان و مربیان درصد عمده‌ای از درآمدهای یک باشگاه حرفه‌ای را به خود اختصاص می‌دهد. ولی نکته حائز اهمیت آن است

نشده است و عدم آگاهی مسئولان باشگاه‌های فوتبال و عدم همکاری لازم بین سازمان‌ها و نهادهای مرتبط، سبب شده باشگاه‌ها توجه چندانی به آن نداشته باشند.

از آنجاکه باشگاه‌های فوتبال به علت محدودیت منابع درآمدی، درآمد قابل توجهی ندارند، دارای تراز مالی منفی می‌باشند؛ بنابراین فراهم کردن شرایط لازم برای موفقیت اقتصادی و تجاری‌سازی باشگاه‌ها نخستین گام در راه خصوصی‌سازی است؛ زیرا رفع موانع و مشکلات موجود در این زمینه باعث سودآوری باشگاه‌ها و در نتیجه، جذابیت آن‌ها برای بخش خصوصی و در نهایت، موفقیت خصوصی‌سازی باشگاه‌های فوتبال کشور خواهد شد. با این حال، همان‌طور که نتایج تحقیقات پیشین نیز نشان داده است، استقرار ساختار رقابتی در اقتصاد کشور تأثیرات به‌سزایی بر این صنعت خواهد داشت؛ زیرا ساختار اقتصادی معیوب کشور و مشکلات مربوط به آن، صنعت فوتبال و باشگاه‌های آن را نیز تحت تأثیر قرار داده و بدون تغییر ساختار اقتصادی (برون‌گرایی، اندازه بازار، ساختار رقابتی و ...) و رفع مشکلات آن نمی‌توان به رشد و توسعه اقتصادی فوتبال و در نتیجه، حضور بخش خصوصی چندان امید بست.

در انتهای بخش یافته‌ها، نتایج تحلیل عاملی اکتشافی ارائه گردید که همان‌گونه که در جدول ۴ مشاهده می‌گردد موانع اقتصادی خصوصی‌سازی لیگ حرفه‌ای فوتبال کشور به ۵ مؤلفه تقسیم گردید که اسامی سرمایه‌گذاری، قوانین، تسهیلات، برند و امنیت اقتصادی برای آن‌ها در نظر گرفته شد.

خصوصی‌سازی باشگاه‌ها بود. پایین 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 یک ضعف عمده محسوب می‌شود. در چنین شرایطی 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 (الهی، ۱۳۸۷). از طرف دیگر، پایین بودن سطح درآمد ملی، مانع افزایش مناسب قیمت بلیت مسابقات و سایر خدمات صنعت ورزش نیز خواهد بود.

درآمد پایین از محل نقل و انتقال بازیکنان نیز از دیگر موانع مهم اقتصادی خصوصی‌سازی و مشارکت بخش خصوصی بود. شاید این امر ناشی از توانایی کم بازیکن‌سازی باشگاه‌های فوتبال کشورمان در مقایسه با دیگر کشورهاست. کشورهای صاحب‌نام فوتبال درآمد سرشاری از این محل به‌دست می‌آورند به‌طوری که برزیل در سال ۲۰۰۷ مبلغی بیش از ۲۰ میلیارد دلار از این محل به‌دست آورد که در حدود یک‌سوم درآمد نفت کشورمان در همان سال است (قره‌خانی، ۱۳۸۹).

همان‌طور که نتایج نشان داد، پیش‌بینی نتایج مسابقات نیز از دیدگاه جامعه مورد بررسی، اهمیت چندانی نداشت؛ زیرا به‌عنوان آخرین مانع، شناسایی شد که احتمالاً به این دلیل است که زیرساخت‌های تحقق نظام پیش‌بینی نتایج به دلیل مسائل مذهبی و عقیدتی در کشور فراهم

منابع

- احمدی، ا. ۱۳۸۶. موانع و مشکلات موجود خصوصی‌سازی حوزه ورزش از دیدگاه صاحبان باشگاه‌ها و مراکز خصوصی ورزشی شهرستان ارومیه. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه ارومیه.
- الهی، ع. ۱۳۸۷. موانع و راهکارهای توسعه اقتصادی صنعت فوتبال جمهوری اسلامی ایران، رساله دکتری، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران.
- امیری، م. ش. نیری، م. صفاری، و ف. راغب. ۱۳۹۲. تبیین و اولویت‌بندی موانع فراروی خصوصی‌سازی و مشارکت بخش خصوصی در توسعه ورزش، مدیریت ورزشی، ۵(۴): ۱۰۶-۸۳.
- پاداش، د. م. سلطان حسینی، م. خبیری، و س. فتیحی. ۱۳۸۸. تعیین و اولویت‌بندی عوامل مدیریتی و اجرایی مؤثر بر خصوصی‌سازی باشگاه‌های ورزشی. همایش بین‌المللی علم و فوتبال، آکادمی ملی فوتبال، تهران.
- جلالی فراهانی، م. و ا. علی‌دوست قهفرخی. ۱۳۹۲. تحلیل موانع اقتصادی مؤثر بر اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی در ورزش حرفه‌ای ایران. مطالعات مدیریت ورزشی، ۱۹: ۱۲۸-۱۰۹.
- حسینی، ا. و س. مهرآرا. ۱۳۸۷. چگونگی حمایت از خصوصی‌سازی و چالش‌های فراروی. همایش نظارت بر اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، سازمان بازرسی کل کشور، تهران.
- خبیری، م. ۱۳۸۴. مقایسه وضعیت باشگاه‌های لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران با معیارهای یوفا و باشگاه‌های منتخب ژاپن، کره جنوبی، امارات و ترکیه. گزارش طرح پژوهشی، پژوهشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
- خبیری، م. و ع. الهی. 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، ۸: ۳۵-۱۵.
- دلدار، ا. ۱۳۹۱. بررسی موانع اقتصادی خصوصی‌سازی و مشارکت بخش خصوصی در لیگ حرفه‌ای فوتبال کشور. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.
- رضائی، ر. ۱۳۸۶. پژوهش اقتصاد و سرمایه‌گذاری ورزش: موردکاوی فوتبال. گزارش طرح پژوهشی، سازمان تربیت‌بدنی، دفتر ملی مدیریت و توسعه ورزش.
- شهری، م. ۱۳۸۸. فوتبال ایران غرق در پول. چشم‌انداز فوتبال، ۹: ۴۴-۴۶.
- طباطبایی یزدی، ر. ۱۳۸۶. بررسی روند کاهش تصدی‌گری دولت و خصوصی‌سازی. مرکز تحقیقات استراتژیک مجتمع تشخیص مصلحت نظام، معاونت پژوهش‌های اقتصادی.
- عسکریان، ف. و ا. جعفری. ۱۳۸۸. مقایسه هزینه‌های ورزشی خانوار ایران در سال ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۵. فصلنامه پژوهش در علوم ورزشی، ۲۵: ۱۳-۱۰۹.
- علی‌دوست قهفرخی، ا. ۱۳۸۹. تحلیل موانع پیاده‌سازی سیاست‌های کلی اصل ۴۴ در ورزش حرفه‌ای جمهوری اسلامی ایران، رساله دکتری، دانشکده تربیت‌بدنی و علوم ورزشی دانشگاه تهران.
- علی‌دوست قهفرخی، ا. م. جلالی فراهانی، م. گودرزی، و ا. نادران. ۱۳۹۲. تحلیل موانع فرهنگی و اجتماعی مؤثر بر اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی در ورزش حرفه‌ای ایران. مطالعات مدیریت ورزشی، ۲۰: ۹۶-۷۹.
- قره‌خانی، ح. ۱۳۸۹. بررسی موانع و چالش‌های توسعه خصوصی‌سازی باشگاه‌های فوتبال ایران. رساله دکتری، دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس.
- کابلی‌زاده، ا. ۱۳۸۴. خصوصی‌سازی مردمی؛ کارآیی همراه با عدالت، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، چاپ اول، تهران.

- مرادی چالشتری. ج. ۱۳۸۸. نقش موانع اقتصادی در جذب سرمایه‌گذاری خارجی در فوتبال کشور. چکیده مقالات نخستین همایش بین‌المللی علم و فوتبال، تهران، آبان ۱۳۸۸.
- مرادی چالشتری. ج. م. مرادی. س. نوروزیان قهفرخی. و. ا. جعفری. ۱۳۹۲. بررسی موانع اقتصادی اثرگذار بر جذب سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت فوتبال. ج. ۱. ا. مدیریت ورزشی، ۱۷: ۱۴۷-۱۲۹.
- 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.
- Brandes, L. Frank, E. 2006. *How fans improve competitive balance: an imperical analysis of the German Bundesliga*. University of Zurich, working paper No 41.
- Dobson, S. Goddard, J. 2001. *The Economics of Football*. Cambridge University Press.
- Doherty, A. Murray, M. 2007. *The strategic sponsorship process in a non-profit sport organization*. Sport Marketing Quarterly, 16(1): 45-59.
- 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.
- Guzmán, I. Morrow, S. 2007. *Measuring efficiency and productivity in professional football teams: evidence from the English Premier League*. Springer-Verlag.
- García-Sánchez, M. 2007. *Efficiency and effectiveness of Spanish football teams: a three-stage- DEA approach*. Springer, 15:21-45
- Hamil, S. Helt, M. 2003. *The State of Game, The Corporate Governance of Football Clubs*. Football Governance Research Center, University of London.
- Hamil, S. Walters, G. 2010. *Financial performance in English professional football: an inconvenient truth*, Soccer & Society, 11(4):354-372.
- 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.
- Michie, J. & Oughton, C. 2004. *Competitive Balance in Football: Trends and effects*, University Of London, Football Governance Research Center, No2.
- Morrow, S. 1999. *The new business of football: Accountability and Finance in Football*. UK, Basingstoke: Macmillan.
- Morrow, S. 2004. *The Financial Crisis in Scottish Football*. Scottish Affaires, 47: 48-57.
- Shank, M. D. 2001. *Sport Marketing: A strategic perspective*. Saddle River, NJ: Prentice Hall.



Investigating the Economic Obstacles of Club Privatization in Iranian Professional Football League

Ebrahim Deldar^{1*}, GholamAli Kargar², Farzad Ghafouri²

Received: Apr 16, 2014

Accepted: Oct 21, 2014

Abstract:

Objective: This survey identified and ranked the economic obstacles of club privatization in Iranian professional football league.

Methodology: The statistical population of this study included the directors of the premier football league and the first division football league, the chief committees of football federation and provincial football boards, professors of sport management and economics, and management who were familiar with the professional football Issues, as well as football news reporters and experts (N=173). The data collection tool was the structured questionnaire. Its validity was confirmed. To measure reliability of questionnaire, Cronbach's alpha was used ($\alpha=0.80$). Friedman test was used to rank the obstacles as well as Factor Analysis was used to identify factors.

Results: The results showed that the first obstacle of professional football club privatization was inappropriate allocation of television broadcast rights and pitch-side advertising among teams.

Conclusion: Increasing the effectiveness and efficiency, improvement of the system management, good results achievement, and budget increase of club are the most important aims of each sport club. The Economic problems towards the clubs privatization were the notable obstacles to reach these aims. So, overcoming these obstacles is the first step to succeed.

Keywords: Private Sector, Economic obstacles, Football clubs, Premier league, Iran.

1. M.A. in Sport Management at Allameh Tabataba'i University

2. Associate. Prof. at Allameh Tabataba'i University

*Email: deldar.ebrahim@yahoo.com