



تحلیلی بر رابطه متقابل اقتصاد و ورزش

نویسنده : هاتف جمادی^۱ (پست الکترونیک : hatef.jamadi1396@gmail.com)

چکیده

عقیده غالب در بین مردم بعضی از جوامع نگرستن به ورزش به مانند یک کالای مصرفی است و از اهمیت آن در تولید و رشد و توسعه اقتصادی و توزیع بهتر درآمدها غافلاند. هر چند پرداختن به ورزش نیازمند به هزینه‌های بالای زیربنایی است ولی این هزینه‌ها را نمی‌توان در کنار مخارج و هزینه‌های مصرفی قرار داد. امروزه به همان نسبت که درآمدهای ملی صرف ورزش می‌شود در بعضی از رشته‌های ورزشی در کوتاه مدت و در بعضی از دیگر رشته‌های ورزشی در درازمدت می‌توان میزان برگشت سرمایه را به صورت مستقیم و غیرمستقیم مشاهده نمود. 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. مانع اصلی در روند سرمایه‌گذاری در بخش ورزش کشورها عدم رؤیت منافع قابل برگشت حاصل از این سرمایه‌گذاری به صورت مستقیم می‌باشد. در حالی که نگرش مثبت به ورزش و امور جنبی آن سودهای سرشاری را به طور مستقیم و غیرمستقیم در آینده نصیب آنان می‌نماید.

وجود نگرش مثبت در جوامع پیشرفته نسبت به ورزش، سبب سرمایه‌گذاری در امر ورزش به منظور بالا بردن سطح سلامت و تندرستی و تأثیر بر افزایش سطح بهره‌وری در تولید گشته و همین امر سبب شده که رفته رفته بیشتر کشورهایی که قبلاً توجه آنچنانی به آن نشان نمی‌دادند سهمی رو به افزایش، برای سرمایه‌گذاری در امور ورزشی قایل شوند. چنان که بودجه تربیت بدنی و ورزش در کشورهای توسعه یافته یا بعضی از کشورهای در حال توسعه با سرعت بی‌سابقه‌ای افزایش یافته است. چرا که این گونه کشورها به تأثیرات درازمدت ورزش از لحاظ رشد و توسعه اقتصاد ملی واقف گشته‌اند. ورزش یک سرمایه‌گذاری درازمدت است که اثر آن در رشد و توسعه معلوم و محرز است. سرمایه‌گذاری در ورزش از جمله سرمایه‌گذاری‌هایی است که دارای دوران باروری هم کوتاه مدت و هم درازمدت می‌باشد. که با پرداختن به آن می‌توان نتایج اجتماعی فرهنگی و نتایج اقتصادی شایان توجهی را به دست آورد و در تأمین نیازهای جامعه و رفاه ملی کوشید.

کلیدواژه :

^۱ - دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت ورزشی گرایش مدیریت بازاریابی در ورزش



اقتصاد ورزش ، سرمایه گذاری ، ورزش حرفه ای ، اسپانسر ، صنعت ورزش

مقدمه

اقتصاد ورزش بکارگیری تئوری‌های اقتصادی برای تحلیل فعالیت‌های ورزشی اطلاق می‌شود یا به بیان دقیق‌تر اقتصاد ورزش به ارزیابی مسائل و الگوهای تخصیص بهینه منابع در سه بخش عملکرد ورزش، تولیدات ورزش و توسعه ورزش می‌پردازد و صنعت ورزش نیز به مجموعه فعالیت‌های مرتبط با تولید، مبادله و بازاریابی کالاها و خدمات ورزشی گفته می‌شود که در ارتقای ارزش افزوده نقش داشته باشند.

بسیاری از ورزش‌های پرطرفدار امروز جهان با کسب درآمدهای کلان از حق پخش تلویزیونی مسابقات خود و جذب اسپانسرهای مختلف که مایل به تبلیغ در حیطه ورزش هستند به تجارت‌های پرسود بدل شده‌اند و جالب این که در اکثر موارد این رشته‌ها فاقد تجربه و دانش در نظرات مدیریتی خود و شاخه‌های مدیریت اقتصادی خود هستند و البته این وضعیت باعث شده که دانشجویان رشته‌های اقتصادی و مدیریت به دنبال به دست آوردن موقعیت‌های مناسب در این حیطه باشند. مدیران بسیاری از رشته‌های ورزشی هم متوجه شده‌اند که نیازمند رهبران متفکرتر، کارآمدتر و مجهز به علم روز با تفکرات حرفه‌ای هستند. نایجل بانیستر مدیر اجرایی موسسه ام‌بی‌اس ورلد شاخه اجرایی مدرسه علوم اقتصادی منچستر می‌گوید: «حیطه صنعت ورزش و اقتصاد ورزش شاخه‌های بسیار جوانی هستند و این باعث می‌شود که در آن‌ها نیاز به علم و تجربه بسیار محسوس باشد... برای آن که متوجه اهمیت این مساله شوید به مسابقات المپیک فکر کنید، مدیران بخش‌های مختلف این مسابقات باید با بودجه‌های کلان، پروژه‌های بزرگ و کارمندان پرشمار و مراجعان پرشمارتر کنار بیایند، اگر آن‌ها علم و شناخت و کارآمدی نداشته باشند نتیجه عملکرد آن‌ها احتمالاً چیزی در حد فاجعه خواهد بود. MBS یکی از اولین موسسات انگلستان است که در حیطه‌های اقتصادی و صنعتی مرتبط با ورزش فعالیت می‌کند. ماه گذشته بود که این موسسه با همکاری مدرسه اقتصادی منچستر دوره تحصیلی در رشته‌های «اقتصاد ورزش» و «مدیریت ورزش» را پایه‌گذاری کرد. هدف از پایه‌گذاری این رشته تربیت متخصصان حرفه‌ای است که بتوانند در حیطه‌های اقتصادی، مدیریتی و تبلیغاتی با فدراسیون‌ها، باشگاه‌ها و کمیته‌های اجرایی و میزبانی مسابقات کشورهای مختلف همکاری کنند.

موسسه آموزشی ایف اجوکیشن استرالیا هم یکی از موسسات پیشقدم در تربیت متخصصان علوم مدیریت و برنامه‌ریزی در رشته‌های ورزشی است که البته دوره‌های آموزشی آن به صورت دوره‌های کوتاه‌مدت برگزار می‌شود. جالب این که بسیاری از دوره‌های آموزشی این موسسه خاص مدیران یا افراد شاغل در فدراسیون‌های جهانی یا منطقه‌ای است. این موسسه اخیراً کلاس‌های برنامه‌ریزی، مدیریت، ارتباطات و تبلیغات را برای مدیران فدراسیون‌های جهانی دوچرخه‌سواری، اسکی و والیبال