

اقتصاد جام جهانی و سرمایه داری (۱)

۴ اردیبهشت ۱۳۹۴ ساعت ۲۳:۱۳

فوتبال پرطرفدارترین و محبوب ترین ورزش در عرصه بین المللی است، تا جایی که بسیاری از کشورها آن را از ورزش های ملی خود محسوب می کنند؛ و از این رو با توجه به محبوبیت این رشته در میان مردم، ناخود آگاه به طو مستقیم یا غیر مستقیم با بسیاری از پدیده ها ارتباط می یابد. یکی از این موارد اقتصاد است.

رابطه متقابل ورزش و اقتصاد

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 غافل اند. هر چند پرداختن به ورزش نیازمند به هزینه های بالای زیربنایی است ولی این هزینه ها را نمی توان در کنار مخارج و هزینه های مصرفی قرار داد.

امروزه به همان نسبت که درآمدهای ملی صرف ورزش می شود در بعضی از رشته های ورزشی در کوتاه مدت و در بعضی از دیگر رشته های ورزشی در درازمدت می توان میزان برگشت سرمایه را به صورت مستقیم و غیرمستقیم مشاهده نمود. به دنبال سرمایه گذاری در ورزش میزان اشتغال مستقیم و غیرمستقیم افزایش می یابد و در کنار آن امکان جذب درآمد از طریق برگزاری مسابقات بین المللی، جذب گردشگران و سطح سلامت و بهداشت جسمی و روانی جامعه افزایش می یابد.

مانع اصلی در روند سرمایه گذاری در بخش ورزش کشورها عدم رؤیت منافع قابل برگشت حاصل از این سرمایه گذاری به صورت مستقیم می باشد. در حالی که نگرش مثبت به ورزش و امور جنبی آن سودهای سرشاری را به طور مستقیم و غیرمستقیم در آینده نصیب آنان می نماید.

وجود نگرش مثبت در جوامع پیشرفته نسبت به ورزش، سبب سرمایه گذاری در امر ورزش به منظور بالا بردن سطح سلامت و تندرستی و تأثیر بر افزایش سطح بهره وری در تولید گشته و همین امر سبب شده که رفته رفته بیشتر کشورهایی که قبلاً توجه آنچنانی به آن نشان نمی دادند سهمی رو به افزایش، برای سرمایه گذاری 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 بی سابقه ای افزایش یافته است. چرا که این گونه کشورها به تأثیرات درازمدت ورزش از لحاظ رشد و توسعه اقتصاد ملی واقف گشته اند.

حامیان مالی خصوصی ورزش، بیشتر در سطح نخبگان سرمایه‌گذاری نموده و کمتر در سطح همگانی به سرمایه‌گذاری می‌پردازند. شرکت‌های تجاری حامی ورزش دوگونه‌اند:

الف) شرکت‌های تجاری تولیدکننده کالاهای ورزشی، که به تولید کالاهای ورزشی مشغول بوده و کالاهای آن‌ها مستقیماً به مصرف‌بخش ورزشی می‌رسد که بخشی از سرمایه‌هزینه شده توسط آنان برای ورزشکاران، با مصرف کالاهای ورزشی توسط ورزشکاران دوباره به خود آنان برمی‌گردد و بخش دیگری از سود نیز از طریق مصارف کالاهای ورزشی تولیدی این شرکت‌های تجاری توسط مردم و دوست‌داران تیم‌ها یا طرفداران ورزشکاران محبوب که تبلیغ‌کننده کالاهای این شرکت‌ها هستند به آن‌ها برمی‌گردد (مثل شرکت‌های: Reebok, Nike, adidas).

ب) بیشتر حامیان مالی ورزش‌ها از شرکت‌هایی هستند که در زمینه‌های اقتصادی دیگر یا غیر ورزشی (کوکاکولا، مک دونالد و...) فعالیت دارند، در این‌جا انگیزه برای فروش کالا به کسانی که در ورزش و امور مربوط به آن مشارکت دارند کمتر می‌باشد و هدف آن‌ها چنگ انداختن بر بازارهای بسیار وسیع‌تر از بازارهای مربوط به ورزش می‌باشد و برای نیل به این هدف از ورزش به عنوان یکی از ابزارهای مفید که می‌تواند زمینه را برای فروش بیشتر کالاهای آن‌ها فراهم آورد، سود می‌برند.

اثرات اقتصادی ورزش

برای رویدادهای ورزشی که در درون جوامع مختلف به وقوع می‌پیوندد دو نوع سرمایه‌گذاری توسط جامعه انجام می‌گیرد:

الف) سرمایه‌گذاری که جامعه با به‌کارگیری مالیات‌های عمومی در این زمینه انجام می‌دهد و انتظار دارد که رویدادهای ورزشی توجه تماشاگران و گردشگران ورزشی زیادی را به جامعه و اجتماع آنها جلب نموده و با ورود این ملاقات‌کنندگان رونق تجاری بیشتری در جامعه ایجاد گردد، مانند کره و ژاپن «علی‌رغم آن که تا قبل از برگزاری مسابقات جام جهانی فوتبال ۲۰۰۲ با رکود نسبی اقتصادی و کاهش درآمدهای ملی مواجه شده بودند برای هر چه باشکوه‌تر برگزار شدن این دوره مسابقات حدود ۱۰ میلیارد دلار (حدود نیمی از درآمد آن سال ایران) برای احداث و نوسازی ورزشگاه‌ها، جاده‌ها، پل‌ها، هتل‌ها، مراکز تفریحی، اقامتی، توریستی و تأمین امنیت هزینه کردند.» اما با برگزاری این مسابقات رکود نسبی حاکم بر اقتصاد ژاپن و کره از بین رفت و رونق اقتصادی دوباره به این کشورها بازگشت و طبق برآورد دولت کره جنوبی سود حاصل از برگزاری این مسابقات در این کشور از شروع تا پایان برگزاری مسابقات از ورود تماشاگران و توریست‌های طرفدار فوتبال تا فروش کالاها و غیره، بالغ بر بیست میلیارد دلار (بیش از درآمد کشور ایران در آن سال) برای کشور کره جنوبی سود در برداشته است.

پس هدف از هزینه مالیات‌ها برای برگزاری وقایع ورزشی کسب درآمد و ثروت جدید و کسب اعتبار و حیثیت جهانی می‌باشد که انتظار دارند در آینده نه چندان دور لااقل کسب کنند.

ب) سرمایه گذاری نوع دیگری برای رویدادهای ورزشی سرمایه گذاری خصوصی است که هدف از این نوع سرمایه گذاری کسب سودهای آنی و منافع کوتاه مدت می باشد که تأثیر مهمی در جامعه برجای نمی گذارد.

ولی سرمایه گذاری جمعی، در زمینه ورزش و رویدادهای ورزشی دارای اهداف و زمینه های اجتماعی اقتصادی وسیع تری است. ساکنان یک اجتماع به شیوه های مستقیم مانند کارمندان و یا کارکنان دولتی و یا با شیوه غیرمستقیم مانند بازاریان یا مصرف کنندگان کالاهای تجاری... به دولت مالیات پرداخت می کنند، دولت ها بخشی از این مالیات ها را در جهت گسترش فعالیت های تفریحی و خدماتی در اجتماع یا شهرهای مورد نظر برای برگزاری مسابقات یا رویدادهای ورزشی هزینه می کنند و با هزینه این مالیات ها و فراهم آمدن امکانات لازم امکان جذب بیشتر بازدیدکنندگان و گردشگران داخلی به خصوص خارجی را فراهم می آورند، با ورود گردشگران بر میزان مصرف، در بخش های مختلف اقتصادی افزوده شده و در نتیجه سبب رونق بخش های اقتصادی می گردد.

این بخش ها یا مستقیماً با ورود گردشگران در ارتباط هستند مانند هتل ها، رستوران ها و کلاً مراکز خدماتی یا غیرمستقیم با گردشگران در ارتباطند و به تهیه امکانات مورد نیاز آنها می پردازند. وزیر اقتصاد آلمان در مورد فینال جام جهانی فوتبال ۲۰۰۲ می گوید، به غیر از این که به عنوان یک آلمانی فوتبال دوست از قرار گرفتن تیم ملی فوتبال آلمان به عنوان یک طرف فینال جام جهانی به شدت خوشحالم، از طرف دیگر نمی توانم به عنوان وزیر اقتصاد آلمان خوشحالی مضاعفم را از رشد اقتصادی قابل توجه و افزایش میزان مصرف در کشور که به واسطه همین پیروزی ها به وقوع پیوسته را پنهان کنم.»

همچنین چند تن از مقامات بلند پایه تیم های ملی برزیل، ترکیه و کره جنوبی و ژاپن (جام جهانی ۲۰۰۲ کره و ژاپن) نیز در پی کسب موفقیت های تیم های فوتبال کشورشان به صراحت از رشد اقتصادی قابل توجه سخن به میان آورده اند و این اظهارات، خود نشان از تأثیر ورزش و رویدادهای مهم ورزشی بر کشورهای مختلف دارد.

صنعتی شدن ورزش و تفریحات سالم یکی از رویدادهای مهم قرن گذشته به شمار می رود. در کل صنعت ورزش به مجموعه فعالیت های مرتبط با تولید و بازاریابی کالاها و خدمات ورزشی گفته می شود که در ارتقای ارزش افزوده نقش داشته باشند. مهمترین نقش رویدادهای ورزشی را می توان جذب گردشگر و پوشش رسانه ای دانست. ولی علاوه بر آن، به نقل و انتقالات بازیکنان، صدور مربی، فروش بلیط، تبلیغات میدانی ورزشی، ایجاد امکانات و تاسیسات ورزشی، شرط بندی ها و جذب حامیان مالی که از جمله دیگر دستاوردهای رویدادهای ورزشی به عنوان اصلی ترین محصول این صنعت است، نیز می توان اشاره کرد.

بنا به تحقیقات انجام شده، اجزای اصلی صنعت ورزش در کره جنوبی شامل کالاها، خدمات و تسهیلات ورزشی است. بخش خدمات به سه قسمت جداگانه بازاریابی، مرحله بندی و اطلاعات ورزشی تقسیم می شود. هم چنین در استرالیا صنعت ورزش را براساس محصولات ورزشی به چهار قسمت عمده تقسیم کرده اند.

۱- خدمات حرفه‌ای: مربیان، ورزشکاران، پزشکان ورزشی و مراکز آمادگی جسمانی

۲- کالاها و تجهیزات: پوشاک، کفش، تجهیزات

۳- رویدادها: مدیران و برنامه‌ریزان

۴- رسانه‌ها: رادیو، تلویزیون، روزنامه، مجله

ادامه دارد . . .

آدرس مطلب :

<https://www.cafetari.kh.com/news/۲۰۴۸۶/۱-داری-سرمایه-جهانی-جام-اقتصاد>