



انجمن صنعت ورزش ایران

تاریخچه صنعت ورزش ایران



فهرست مطالب

موضوع صفحه

ورزش و اقتصاد.....۸

اقتصاد ورزش.....۹

تعریف کاربردی و جدید اقتصاد ورزش.....۹

فرمول‌های کلیدی و چارچوب‌های محاسباتی.....۱۰

موضوع صفحه

صنعت ورزش.....۱

تاریخچه و تأسیس صنعت ورزش در ایران.....۳

تأسیس قانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار.....۱۴

معرفی شکل‌های پیشرو.....۶

انجمن صنعت ورزش، کالا و خدمات و صنایع.....۶

قانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار تجهیزات.....۷

به نام خدا

برگرفته از کتاب «اقتصاد ورزش و سرمایه‌گذاری پایدار»

صنعت ورزش

تعریف

جمع‌بندی مفهومی

در تعریف صنعت ورزش گونه‌ای از بازارهای اقتصادی است که در آن افراد، شرکت‌ها، کسب‌وکارها و سازمان‌های درگیر در تولید، تسهیل، ترویج یا سازماندهی بر فعالیت‌های ورزشی متمرکز می‌باشند (اوسالیوان و شفرین، 2003). صنعت ورزش، با فراهم آوردن امکانات پیشرفته و قابل دسترس، تجهیزات، کالا، خدمات و حمایت‌های مالی، نقش مهمی در توسعه ورزش دارد. میلیون‌ها نفر از مردم در سراسر جهان، در سازمانها و حوزه‌های مختلف ورزشی مثل مدیریت برگزاری بازیها، نحوه پخش رسانه‌ای، مدیریت اماکن، خرید و فروش، ورزش حرفه‌ای و مربیگری، صنایع مربوط به آن همچون تولید وسایل، کفش و لباس و وسایل ورزشی کار میکنند. در این گستره منحصر به فرد، ورزش از سطحی ابتدایی و کوچک به صنعتی با اهمیت تبدیل شده است. رشد و حرفه‌ای شدن ورزش، موجب ایجاد تغییراتی در استفاده و تولید ورزش و نیز مدیریت سازمانهای ورزشی در تمام سطوح شده

امروزه ورزش، به صنعتی گسترده تبدیل شده است که همه گونه کالا و خدمت نیز عرضه میکند. اندازه صنعت کالاهای ورزشی که بخشی از صنعت ورزش است، امروزه در آمریکا حدود 650 میلیارد دلار و مجموع درآمد صنعت ورزش جهانی که بالغ بر ۲ تریلیون دلار است، از مجموع مخارج و سرمایه‌گذاری‌های مصرف‌کنندگان، دولت‌ها و شرکت‌ها در هر سه حوزه به دست آمده است. درباره صنعت ورزش و اجزای آن، اگر تفکر درستی وجود نداشته باشد، ممکن است برنامه‌ریزی دچار خطا شود. مفهوم سازی برای صنعت ورزش، بسیار دشوار است؛ اما غیر ممکن نیست. یک صنعت را میتوان براساس یکی از دو معیار شباهت تولیدات و شباهت فعالیتهای اقتصادی تعریف کرد. ورزش همچون یک صنعت، محصولات و خدمات نوآورانه متنوعی را خلق میکند. صنعت ورزش بازاری است که در آن خدمات مورد نیاز مشتریان به هر شکل مرتبط با ورزش است (اسمیت، ۲۰۱۴). بنابراین صنعت ورزش فراتر از صنعت کالاهای ورزشی است و برخلاف تصور برخی تنها شامل ورزش حرفه‌ای نمیشود. پیتز و استاتلر (۲۰۰۷) معتقدند که برای ارائه بهترین ارزیابی از صنعت باید به بررسی بخشهای مختلفی پرداخت که تولیدات و خدمات پیشنهادی را به مصرف کنندگان عرضه میکنند. در حال حاضر صنعت ورزش پدیده قابل توجهی است و مدل سازی در مورد یک پدیده کمک میکند تا همه چیز را درباره آن پدیده یاد بگیریم. پیتز و همکاران (۱۹۹۴) با استفاده از نظریه بخش بندی صنعت پورتر یک مدل سه بخشی از صنعت ورزش آمریکا ساختند و دسته های مختلف محصولات و انواع خریداران را در هر بخش شناسایی و تعیین کردند. سه بخش اصلی صنعت ورزش در مدل آنها عبارتند از: ۱- بخش فعالیتهای ورزشی؛ ۲- بخش محصولات (کالا و خدمات ورزشی)؛ ۳- بخش ترویج ورزشی (استفاده از ورزش برای ترویج). میک (۱۹۹۷) از یک

است. مدیریت سازمانهای ورزشی در قرن بیست و یکم استفاده از روشها و راهکارهای مدرن را پدید آورده است. در دنیای امروز، ورزش بخشی بسیار تماشایی از فعالیتهای فرهنگی جامعه بشری را دربرگرفته است. اقشار گستردهای از مردم، رشتههای ورزشی پرتماشگر را از طریق روزنامهها، رادیو و تلویزیون، حضور در ورزشگاهها، انجام معاملات ورزشی و سایر فعالیتهای دنبال میکنند. این علاقه به رشتههای ورزشی، کنجکاوی افراد را نسبت به قشرهای اقتصادی صنعت ورزش برمیانگیزد (ترنبرث، 2013).

ورزش امروز از سطح یک فعالیت صرف فراتر رفته و به زنجیره‌ای از کالاهای، خدمات، مشاغل، زیرساخت‌ها و جریان‌های مالی تبدیل شده است.

مدل سه بخشی استفاده کرد تا صنعت ورزش در آمریکای شمالی را توصیف کند. این سه بخش اصلی عبارتند از: 1. امور اوقات فراغت و سرگرمیهای ورزشی 2. محصولات و خدمات ورزشی 3. سازمانهای پشتیبانی کننده از ورزش. در هر کدام از این بخشها مقوله‌های مختلفی قرار دارند. لی و همکاران (۲۰۰۱) نیز یک مدل دو بخشی از صنعت ورزش ایالات متحده آمریکا ارائه کردند در این مدل خلق فعالیت های ورزشی به عنوان مقوله محوری شناسایی و تعیین شد و تمام افراد، شرکتها و سازمانهایی که چنین فعالیتهایی را با عنوانهای خدمات، رقابتها، مسابقه ها و رویدادهای ورزشی خلق میکنند در این مقوله قرار دادند. شش مقوله دیگر نیز شناسایی شدند که در این مدل به عنوان بخش پشتیبان در نظر گرفته شدند. شرکتها و سازمانهایی که در بخش پشتیبان قرار دارند یا در نقش ارائه کننده محصولات و خدمات برای حمایت از فعالیتهای ورزشی ظاهر می شوند یا در نقش فعالان انجام معامله هایی که با فعالیتهای ورزشی مرتبط هستند، ظاهر می شوند در این مدل بخش تولید فعالیت های ورزشی شامل تیم های حرفه ای و نیمه حرفه‌ای، واحدهای ورزشی بین مدرسه ای و بین دانشگاهی، واحدهای تفریحی شهری و منطقه ای، باشگاههای ورزشی و تناسب اندام ورزشکاران حرفه‌ای، مربیان و راهنمایان ورزشی، مالکان وسایل مسابقه های سرعت مانند مالکان خودروها و اسبهای مسابقه و سایر تولیدکنندگان خدمات و رویدادهای ورزشی می شود. در این مدل مقوله های بخش پشتیبان عبارتند از: 1. ادارها و مؤسسه های ورزشی نظارتکننده، 2. تولیدکنندگان کالاهای ورزشی، 3. امکانات و ساختمانهای ورزشی، 4. رسانه های ورزشی، 5. شرکتهای مدیریت ورزشی و 6. شوراها و مقامهای ایالتی شهرداری و منطقه ای. در ایران نیز صنعت ورزش در برگرفته انواع فعالیتهای ورزشی است و شامل افراد، سازمانها و شرکتهای متعددی می شود که به نوعی با این فعالیت ها در ارتباط هستند (خسرومنش و همکاران، 1398).

تاریخچه و تاسیس صنعت ورزش در ایران



تکوین و نهادینه شدن هر صنعت پیشرفته، نیازمند وجود چهره‌هایی است که با شناخت عمیق از ظرفیت‌ها و چالش‌های موجود، پا در عرصه عمل گذارند و با پیگیری مستمر، سنگ‌بنای ساختارهای لازم را استوار می‌سازند. در تاریخ تحول صنعت ورزش ایران، نام حسن محمدلو به عنوان چهره‌ای پیشگام و معمار نهادسازی در این عرصه می‌درخشد. ایشان یکی از چهره‌های شاخص و اثرگذار در پایه‌ریزی و نهادینه‌سازی مفهوم «صنعت ورزش» در ایران، وی با درک عمیق از ظرفیت‌های نهفته ورزش در ایجاد اشتغال، درآمدزایی و تحرک اقتصادی، از نخستین کسانی بود که گفتمان «ورزش به مثابه یک صنعت» را در کشور ترویج و عملیاتی کرد.

۱۳۹۴

شروع حرکت برای نهادینه‌سازی مفهوم صنعت ورزش

بر اساس سند، از این سال تلاش برای تبدیل نگاه «ورزش به مثابه یک صنعت» به یک مسیر اجرایی و نهادی آغاز شد؛ با تمرکز بر ظرفیت‌های اشتغال، درآمدزایی، سرمایه‌گذاری و ساماندهی کسب‌وکارهای ورزشی.

۱۳۹۸

رونمایی و آغاز فعالیت رسمی انجمن

پس از بیش از چهار سال پیگیری، «انجمن صنعت ورزش، کالا و خدمات و صنایع وابسته» در مراسمی رسمی رونمایی شد. طبق سند، این رویداد با حضور مسئولان حوزه ورزش، مجلس، صنعت و فعالان اقتصادی همراه بود و نقطه‌ای مهم در رسمیت‌یافتن ساختار بخش خصوصی صنعت ورزش به شمار می‌آید.

۱۴۰۱

تأسیس کانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار تجهیزات ورزشی

این کانون در ذیل معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری شکل گرفت تا ارتباط میان مراکز علمی و پژوهشی، تولیدکنندگان و بازار را تقویت کند و بستری برای همگرایی، نوآوری و تصمیم‌سازی تخصصی در حوزه تجهیزات ورزشی فراهم آورد.

۱۴۰۱

حرکت از تأسیس نهادها به ایجاد سازوکارهای اجرایی

سند به مجموعه‌ای از اقدامات بعدی اشاره می‌کند: ایجاد زیرساخت‌های حمایتی، کدگذاری و استانداردسازی مشاغل و تجهیزات، تشکیل کارگروه‌های رفع موانع تولید، مشارکت در سازوکارهای اقتصاد ورزش، توسعه میزهای تخصصی و آغاز فرآیندهای هویت تخصصی و مالکیت فکری.

تداوم مسیر

پیوند بخش خصوصی، دولت، دانشگاه و بازار

در جمع‌بندی سند، انجمن و کانون به‌عنوان دو ساختار مکمل معرفی می‌شوند که هدف آنها ایجاد چارچوبی منسجم برای مشارکت ذی‌نفعان، ارتقای کیفیت و استانداردها، توسعه کسب‌وکار و تقویت جایگاه اقتصاد ورزش است.

تکمیل معماری حکمرانی تأسیس کانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار تجهیزات ورزشی

فعالیت‌های این دو نهاد تحت رهبری و پیگیری محمدلو، به ثمرات عینی و ملموسی در سطح کشور انجامیده است که از جمله می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

زیرساخت

ایجاد زیرساخت‌های حمایتی

تأسیس «میز خدمت» در مرکز مشارکت‌ها، سرمایه‌گذاری و اقتصاد ورزش وزارت ورزش و جوانان و پیگیری تأسیس و تصویب «صنایع ورزشی و خلاق» در ساختار وزارت صمت. برای اولین بار

استاندارد

ساماندهی و استانداردسازی

انجام «کدگذاری مشاغل و کسب‌وکارهای ورزشی» و تصویب آن، استانداردسازی مشاغل و تجهیزات ورزشی و ساماندهی مشاغل و کسب‌وکارهای نوین ورزشی.

کسب‌وکار

نوآوری

نوآوری و ثبت دارایی‌های فکری

صدور نخستین شناسنامه‌های تخصصی در حوزه‌های کالا و خدمات ورزشی، ابرخودروهای ورزشی و باشگاه‌های ورزشی، و نیز آغاز فرآیند «ثبت مالکیت فکری و ایده» در این عرصه.

رفع موانع تولید و توسعه کسب‌وکارهای نوین ونوپا

تشکیل «کارگروه‌های تخصصی رفع موانع تولید»، مشارکت در تشکیل «کمیته اقتصاد ورزش» در اتاق بازرگانی ایران و تشکیل «میزهای تخصصی گردشگری ورزشی و دیپلماسی اقتصادی ورزش» با دستگاه‌های ذیربط.

نتیجه نهادسازی

حسن محملدلو نه تنها به عنوان یک ایده‌پرداز، که در مقام یک مجری پیگیر و نهادساز، توانست مفهوم «صنعت ورزش» را از سطح شعار و مطالعه به عرصه عمل و ساختار حقوقی-اجرایی سوق دهد. تأسیس انجمن و کانون مذکور، چارچوبی قانونمند، منسجم و مشارکت‌پذیر را برای تمامی ذی‌نفعان صنعت ورزش فراهم آورد. این نهادها، امروزه به عنوان بازوان تخصصی بخش خصوصی و حلقه اتصال دولت، دانشگاه و بازار، نقش بارزی در طراحی آینده اقتصاد ورزش ایران ایفا می‌کنند. بررسی این روند، به وضوح نشان می‌دهد که چگونه اراده فردی همراه با بینش استراتژیک می‌تواند محرکی برای خلق نهادهای ماندگار و پیشبرنده توسعه یک صنعت ملی شود.

افق سرمایه‌گذاری

امروزه صنعت ورزش ایران، با وجود همه چالش‌ها، به لطف بنیان‌های فکری و اجرایی توسط چنین پیشگامانی، به عرصه‌ای مهم برای توسعه سرمایه‌گذاری تبدیل شده است. سرمایه‌گذاری در این صنعت، ابعاد گسترده‌ای از جمله ساخت و بهره‌برداری از مجموعه‌ها و سالن‌های چندمنظوره، توسعه رسانه‌های ورزشی، صنایع وابسته (پوشاک و تجهیزات)، ورزش همگانی و تفریحی، گردشگری ورزشی تا بهره‌برداری از حقوق مالکیت فکری و ایده‌ها را در بر می‌گیرد.

گذار به ورزش اقتصادی

بررسی تاریخچه صنعت ورزش ایران نشان می‌دهد که گذار از «ورزش حمایتی» به «ورزش اقتصادی»، مدیون دیدگاه‌ها و اقدامات جسورانه افرادی چون حسن محملدلو است. اکنون و برای حرکت به سوی آینده‌ای پرونق‌تر، لازم است با درس‌گیری از این تجارب تاریخی، بسترهای قانونی، مالی و مدیریتی را بیش از پیش فراهم آورد تا صنعت ورزش ایران بتواند به جایگاه واقعی خود در اقتصاد ملی دست یابد و سهم شایانی در تولید ناخالص داخلی، ایجاد اشتغال و سلامت جامعه ایفا کند. سرمایه‌گذاری در این عرصه، نه تنها یک فرصت اقتصادی سودآور، بلکه مشارکتی در ارتقای سرمایه اجتماعی و فرهنگی کشور محسوب می‌شود.

تحول راهبردی

محمدمدلو با درک ظرفیت‌های گسترده ورزش در ایجاد اشتغال، درآمدزایی و تحرک‌بخشی به اقتصاد، اقدام به ساماندهی کسب و کارهای نوین و نوپا و طراحی و اجرای راهبردهایی کرد که به تجاری‌سازی ساختار ورزش یاری رساند. تلاش‌های او در جلب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، استاندارد سازی مشاغل و تجهیزات ورزشی، حرفه‌ای‌سازی مدیریت نهادهای ورزشی و ایجاد بسترهای لازم برای درآمدزایی پایدار فعالان اقتصادی ورزش، فصل نوینی را در تاریخ ورزش کشور گشود. این نگاه راهبردی، زمینه‌ساز بسیاری از تحولات آتی در شکل‌گیری اکوسیستم اقتصادی حول ورزش شد.

چشم‌انداز امروز

اکنون صنعت ورزش ایران، با اتکا بر چنین بنیان‌های فکری و اجرایی، به عرصه‌ای جذاب و پویا برای سرمایه‌گذاری تبدیل شده است. دامنه این سرمایه‌گذاری‌ها گسترده است: از ایجاد کسب و کارهای نوین و نوپا تا احداث و بهره‌برداری از استادیوم‌ها و سالن‌های چندمنظوره و مجتمع‌های ورزشی-تفریحی، تا توسعه رسانه‌های ورزشی، صنایع تولید پوشاک و تجهیزات، گردشگری ورزشی، ورزش همگانی و بهره‌برداری از حقوق مالی پخش رویدادها

معرفی تشکلهای پیشرو در عرصه صنعت ورزش ایران

در مسیر تکامل و نهادینه‌سازی صنعت ورزش در کشور، ضرورت وجود نهادهای متولی، سیاست‌گذار و هماهنگ‌کننده میان ارکان مختلف این صنعت، همواره احساس می‌شد. بر این اساس و در چارچوب قوانین و سیاست‌های کلان کشور، دو نهاد حقوقی تأثیرگذار و مکمل شکل گرفتند که هر یک در سطحی متفاوت، به ساماندهی، توسعه و یکپارچه‌سازی این عرصه پهناور می‌پردازند.

انجمن صنعت ورزش، کالا و خدمات و صنایع وابسته

تشکل تخصصی

انجمن صنعت ورزش، کالا و خدمات و صنایع وابسته

این انجمن به عنوان یک تشکل تخصصی، اقتصادی، صنعتی، صنفی و حرفه‌ای، با استناد به مجموعه‌ای از قوانین بالادستی از جمله قانون اهداف و وظایف وزارت ورزش و جوانان، قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار، قانون حمایت از تولید ملی و سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، تشکیل شده است. هدف اصلی این انجمن، ایفای نقش نماینده بخش خصوصی در عرصه اقتصاد ورزش، مشارکت در برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری‌های کلان، و ایجاد بستری

برای رقابت سالم و توسعه‌یافته در میان تمامی فعالان اقتصادی و بهبود فضای کسب و کار و رفع موانع تولید کنندگان، تامین کنندگان و صنایع وابسته در این حوزه است.

ویژگی‌های کلیدی انجمن

- دارای شخصیت حقوقی و مالی مستقل و فعالیت به صورت غیرتجاری، غیرسیاسی و غیرانتفاعی.
- دارا بودن مجوزهای رسمی از وزارت ورزش و جوانان و عضویت در نهادهای بین‌المللی معتبر نظیر انجمن بین‌المللی امکانات و تاسیسات ورزشی و اوقات فراغت و فدراسیون جهانی صنعت کالاهای ورزشی که زیرمجموعه کمیته بین‌المللی المپیک هستند.
- مأموریت کلان سازماندهی و ایجاد تشکلهای ملی تخصصی در زیرگروه‌های مختلف صنعت ورزش (بر اساس کدهای آیسیک) طی یک برنامه سه‌ساله، به منظور انسجام‌بخشی هرچه بیشتر به این اکوسیستم اقتصادی.

کانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار تجهیزات ورزشی

نهاد تصمیم‌ساز

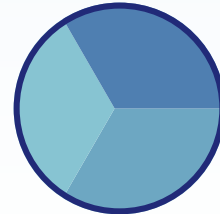
کانون هماهنگی دانش، صنعت و بازار تجهیزات ورزشی

این کانون به عنوان نهادی تصمیم‌ساز، غیردولتی، غیرانتفاعی و غیرسیاسی، با هدف پیوند سه ضلعی حیاتی دانش (مراکز علمی، پژوهشی و فناوری)، صنعت (تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی) و بازار (توزیع‌کنندگان و مصرف‌کنندگان) در حوزه تخصصی تجهیزات ورزشی ذیل معاونت علمی فناوری و اقتصاد دانش بنیان ریاست جمهوری تشکیل شده است. مأموریت اصلی این کانون، ایجاد همگرایی، ارتقای نظام نوآوری و تسهیل تصمیم‌سازی‌های یکپارچه در راستای توسعه کیفی و کمی تولیدات داخلی است.

ساختار حکمرانی کانون

- هیئت مدیره این کانون متشکل از متخصصان و نخبگان سه حوزه تشکیل دهنده آن است:
- دانش: نمایندگان دانشگاه‌ها، پژوهشگاه‌های تربیت بدنی، استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان.
- صنعت: نمایندگان انجمن صنعت ورزش و تولیدکنندگان.
- بازار: نمایندگان اتحادیه‌ها و شبکه‌های توزیع و فروش لوازم ورزشی.

رشد، بازار و سرمایه‌گذاری



تحلیل

جایگاه جهانی صنعت ورزش

صنعت ورزش به دلیل تأثیرات مثبت اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی، به یکی از بزرگترین صنایع جهانی تبدیل شده است و برای اغلب کشورها، این صنعت منبع مهمی برای فعالیتهای اقتصادی، کسب درآمد، اشتغالزایی و تجارت بینالملل محسوب میشود. امروزه ورزش صنعتی فوق العاده جذاب است. صنعتی میلیارد دلاری با رشد بالا در طول یک دهه که به عنوان یکی از صنایع برتر دنیا، به سرعت در حال رشد است. صنعت ورزش برای همه حکومتها اهمیتی دوچندان یافته است، چرا که با استفاده از ورزش اهداف گوناگونی در مسیر بهبودی اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، رفاهی و سلامتی دنبال میشود و در صورت وجود مدیریت و ساختاری صحیح میتوان به این اهداف دست پیدا کرد. به عبارتی دیگر، امروزه فراگیر شدن صنعت ورزش، به عنوان ابزاری برای توسعه در ابعاد سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، و غیره مطرح است، لذا لزوم تبیین عوامل موثر در رشد و توسعه این ابزار می تواند در نیل به اهداف و سیاستهای استراتژیک کشورها موثر واقع شود (ژانگ و همکاران، 2018).

اقتصاد کلان

پیوند صنعت ورزش با اقتصاد ملی

صنعت ورزش یکی از صنایع متنوع در تجارت جهانی بوده است. همچنین به لحاظ اقتصادی، یکی از عوامل مهم برای احیای اقتصاد ملی در بسیاری از کشورها به شمار میرود. اهمیت صنعت ورزش برای اقتصاد هر روز بیشتر میشود؛ به طوری که ورزش در برخی از کشورها به یکی از پردرآمدترین حوزههای اقتصادی تبدیل شده است. بخشهای مختلف ورزش چون گردشگری ورزشی، شرکتهای و مراکز ورزشی، برگزاری همایشهای بزرگ ورزشی، اوقات فراغت، تبلیغات، باشگاهها و سرانجام خود ورزش از مهمترین حوزههای اقتصادی مرتبط با ورزش هستند. در واقع، یکی از علل سرمایه‌گذاری بالای کشورها در زمینه توسعه ورزش، تأثیر بر شرایط اقتصادی و بعد از آن شرایط فرهنگی

و اجتماعی یک جامعه بوده و حتی تقویت وجهه و اعتبار آن کشور در عرصه جهانی را در پی خواهد داشت. بنابراین یکی از بخشهایی که ورزش میتواند در توسعه آن سهمیم باشد، بخش اقتصادی هر جامعهای است. امروزه رشد اقتصادی باعث توسعه همزمان بازارهای کار میگردد که این نیز از طریق افزایش قابلیت نیروی کار، انگیزه کافی برای سرمایهگذاری بخش خصوصی در زمینههای مختلف را موجب میسازد و ورزش نیز میتواند در بعد اقتصادی، گزینه مناسبی برای سرمایهگذاری باشد چرا که سهم ورزش در اقتصاد ملی، رابطه مستقیم با میزان سرمایهگذاری انجام شده در بخش ورزش دارد. به طور کلی سیاستگذاران اقتصادی با استفاده از سیاستهای کلان اقتصادی، سرمایهگذاری و تشکیل سرمایه بخش خصوصی را هدایت کرده و با ایجاد انگیزشهایی، سرمایهگذاران را به انجام پروژههای سرمایهگذاری ترغیب مینمایند (لیدز و همکاران، 2022).

اقتصاد ورزش

اساس رویکردهای نوین و با الهام از تعاریف کلاسیک و کاربردی در متون معتبر اقتصادی مانند کتاب «راهنمای علم اقتصاد از الف تا ی» اثر متیو بیشاپ، میتوان اقتصاد ورزش را اینگونه تعریف کرد:

تعریف

تعریف کلاسیک اقتصاد ورزش

اقتصاد ورزش شاخه‌ای تخصصی از علم اقتصاد است که به مطالعه تخصیص منابع محدود (مانند سرمایه، نیروی کار، زمان و زیرساخت) در عرصه ورزش، با هدف بیشینه‌سازی مطلوبیت و ارزش اقتصادی می‌پردازد. این حوزه، نحوه تصمیم‌گیری عوامل مختلف (خانوارها، بنگاه‌ها، نهادهای ورزشی و دولت) را در مواجهه با مبادلات و انتخاب‌های مربوط به تولید، توزیع و مصرف کالاها، خدمات و تجربیات ورزشی تحلیل می‌کند. هدف نهایی، درک و بهینه‌سازی رفتار بازارهای ورزشی، کارایی ساختارها و تأثیرات اجتماعی-اقتصادی ورزش است.

تعریف کاربردی و جدید اقتصاد ورزش با تأکید بر جنبه‌های نوین

رویکرد

رویکرد تحلیلی محمدلو

محمدلو در تعریف متفاوت اقتصاد ورزش، فارق از به کارگیری تئوری‌های اقتصادی و تحلیل فعالیتهای ورزشی آن را یک سیستم پویا و درهم‌تنیده از انتخاب‌های عقلایی تحت شرایط کمیایی می‌بیند که از چارچوبهای اصلی علم اقتصاد تبعیت می‌کند. این

کاربرد

کاربرد سیاستی و مدیریتی

وی متعهد است به جای یک فرمول جادویی، "اقتصاد ورزش" با یک چارچوب تحلیلی و ترکیبی از شاخص‌ها محاسبه می‌شود. حرکت ایران به سمت تدوین کدهای ملی ورزشی، ساماندهی گزارش‌گیری مالی از باشگاه‌ها و ایجاد نهادهایی مانند انجمن صنعت

نگاه، تحلیل‌هایی قدرتمند برای سیاست‌گذاری (مانند حمایت از تولید داخلی کالای ورزشی)، سرمایه‌گذاری (مانند ارزیابی بازده مالی پروژه‌های ورزشی) و مدیریت (بهبود کارایی باشگاه‌ها) در اختیار تصمیم‌گیران ایرانی قرار می‌دهد و نشان دهنده یک بخش اقتصادی کامل و اثرگذار است.

ورزش و کانون دانش، صنعت و بازار، زیرساخت لازم برای محاسبه علمی و دقیق این شاخص‌ها را فراهم می‌کند. این محاسبات، ابزاری حیاتی برای جذب سرمایه‌گذاری، تدوین سیاست‌های حمایتی و سنجش کارایی مدیریت در این صنعت رو به رشد خواهد بود.

فرمول‌های کلیدی و چارچوب‌های محاسباتی رایج در تحلیل اقتصاد ورزش:

در این بخش، مهم‌ترین فرمول‌ها و چارچوب‌های تحلیلی اقتصاد ورزش به صورت خلاصه و کاربردی ارائه شده‌اند.

فرمول کلان اندازه‌گیری سهم ورزش در تولید ناخالص داخلی

۱

فرمول اندازه‌گیری سهم صنعت ورزش در تولید ناخالص ملی

(رویکرد هزینه / هزینه - ستانده)

۲

فرمول‌های خرد و مدیریتی

(برای بنگاه‌های ورزشی)

۳

فرمول‌های اقتصادسنجی برای پیش‌بینی و تحلیل

۴

فرمول چارچوب ارزش‌گذاری برند یک باشگاه یا لیگ

(رویکرد کاربردی)

۵

(محمملو و همکاران، 1404).

انجمن صنعت
ورزش ایران



www.sanatvarzesh.com