

بررسی ابعاد اجتماعی خصوصی سازی نهاد ورزش (مورد مطالعه: اماکن ورزشی خصوصی شده شهر اصفهان)

مسعود نادریان جهرمی^{۱*} - لیلا مصلحی^۲

۱. دانشیار، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران ۲. کارشناس ارشد، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.
(تاریخ دریافت: ۱۱/۰۲/۱۳۹۲، تاریخ تصویب: ۲۵/۰۶/۱۳۹۲)

چکیده

هدف کلی پژوهش بررسی ابعاد اجتماعی خصوصی سازی بر کیفیت عملکرد اماکن و فضاهای ورزشی خصوصی شده در شهر اصفهان بود. پژوهش حاضر از لحاظ استراتژی توصیفی و از نظر اجرا پیمایشی است و به لحاظ هدف در زمره تحقیقات کاربردی قرار دارد. ابزار اندازه گیری پرسش نامه های محقق بود که پس از تعیین روایی توسط متخصصان مدیریت ورزشی و پایایی مناسب ($\alpha=0.89$) بین ۹۵ نفر به عنوان نمونه آماری که از بین مربیان، مدیران و ورزشکاران باشگاه های گیتی پسند و سپاهان به صورت تصادفی در دسترس انتخاب شدند توزیع شد. فرضیه ای که مورد بررسی قرار گرفت یکسان بودن تاثیر خصوصی سازی بر کیفیت عملکرد اماکن و فضاهای ورزشی خصوصی سازی شده در ابعاد مورد تحقیق را بیان می کرد. همچنین کارایی الگوی خصوصی سازی در حوزه خدمات ورزشی مورد توجه بود. نتایج تحقیق نشان داد خصوصی سازی اماکن و فضاهای ورزشی در حوزه های مختلف عملکرد تاثیر متفاوت داشته است. همچنین با مصاحبه نظر پاسخ گویان را در مورد مشکلات و موانع خصوصی سازی اماکن و فضاهای ورزشی در ایران در سه حوزه کاستی های حقوقی در زمینه خصوصی سازی، عدم توسعه فرهنگ خصوصی سازی در بین افراد جامعه و عدم شرایط مناسب اقتصادی بررسی شد. نتایج نشان داد عدم وجود قوانین و مقررات مورد نیاز خصوصی سازی بیشتر ازدو مولفه دیگر یعنی عدم توسعه فرهنگ خصوصی سازی در بین افراد جامعه و عدم شرایط مناسب اقتصادی مانعی برای اجرای طرح خصوصی سازی اماکن و فضاهای ورزشی است.

واژه های کلیدی

خصوصی سازی، کیفیت خدمات، توزیع منابع، قوانین و مقررات، ورزش.

مقدمه

خدمات را به عنوان مفهومی در برگیرنده انتظارات مشتریان، در حفظ و ارتقای آن بدانند (۸ و ۱۱).

آنچه که در تعاریف خصوصی سازی مشترک است نه انتقال مالکیت بلکه جانشین ساختن شیوه ها و فرایندهای مبتنی بر بازار به جای فرایندهای دولتی در اداره یک بنگاه اقتصادی یا اجتماعی است (۱۳). مهم ترین اهدافی که سازمان ها برای خصوصی سازی می توانند دنبال کنند عبارتند از:

۱. کاهش اندازه (حوزه فعالیت) بخش دولتی، ۲.
- انتقال مالکیت و کنترل اقتصادی، ۳. افزایش کارایی ۴.
- کاهش کسر بودجه و بدهی های ملی، ۵. تعدیل یارانه ها و اختلاف قیمت ها، ۶. مقررات زدایی، ۷. افزایش رقابت، ۸.
- ایجاد دلبستگی و علاقه در کارکنان، ۹. توزیع مناسب درآمدها، ۱۰. گسترش بازار سرمایه، ۱۱. تامین منافع مصرف کنندگان و مشتریان (۱). به زعم بلانچارد^۲ (۲۰۰۸) نه مسیر واحدی برای خصوصی سازی وجود دارد و نه بهترین ساختار مالکیت. این امر با تنوعی از مالکیت ها و ترتیبات مدیریتی، نه تنها در تمامی اقتصادهای بازار، بلکه در درون هر یک از آنها مشخص می شود (۱۷).

به طور کلی روش های خصوصی سازی فعالیت های اقتصادی و اجتماعی به صورت های مختلف امکان پذیر است که عبارتند از: ۱. عرضه سهام به صورت عموم ۲. عرضه سهام به گروههای خاص ۳. واگذاری به شکل روش دارایی های واحد دولتی (در مواردی که دولت به به منابع مالی به شدت نیازمند است) ۴. تفکیک واحد مشمول واگذاری به واحدهای کوچکتر ۵. جلب مشارکت خصوصی در سرمایه گذاری های جدید مورد نیاز واحد دولتی (زمانی که دولت بخواهد بازار اقتصادیش را سبک نماید) ۷. فروش واحدهای دولتی به مدیران یا به کارکنان واحد، در واقع روشی است که با تقویت انگیزه مالکیت بر کارایی

یکی از مباحث اساسی که امروزه در برنامه ریزی های اقتصادی و اجتماعی هر کشوری به ویژه کشورهای در حال توسعه مطرح است بحث دخالت یا عدم دخالت دولت در حوزه های اقتصادی و اجتماعی است. جوامع برای رسیدن به حد مطلوب در استانداردهای زندگی، پیشرفت های اقتصادی، پیشرفت در فراهم نمودن تسهیلات و امکانات رفاهی برای افراد جامعه می توانند چندین راه را انتخاب کنند. می توان دخالت دولت در جهت تأمین، تنظیم و کنترل نیازهای اقتصادی و اجتماعی را انتخاب کرد که در این صورت شاهد نوعی نظام متمرکز یا دولت محور خواهیم بود. همچنین می توان دخالت دولت در حوزه های اقتصادی و اجتماعی را ممنوع کرد و به اصطلاح گرایش به سرمایه داری محض داشته باشیم و یا اینکه ترکیبی از نظام های دولتی و نظام های مبتنی بر تجارت آزاد و بازار را اتخاذ نمود (۴).

خصوصی سازی^۱ و گرایش به راه دوم که در بالا مطرح شد موضوعی است که در این مقاله در حوزه ورزش مد نظر است. در طی چند سال اخیر، با ورود بخش خصوصی به بخش خدمات و به ویژه در بخش خدمات ورزشی و اجازه واگذاری باشگاههای ورزشی به بخش خصوصی، بخش دولتی با پیشینه انحصاری و غیر رقابتی در ارائه این خدمات، خود را با بخش خصوصی به عنوان رقیبی تازه از راه رسیده مواجه می بیند. در این میان، آنچه بقاء و تداوم باشگاههای ورزشی را در هر دو بخش تضمین می کند، ارائه خدمات به شکلی مطلوب و متناسب است تا بتوان ضمن برآوردن انتظارات و خواسته های مشتریان، موجب کسب رضایت و وفاداری آنان شد. این مهم حاصل نمی شود مگر اینکه باشگاه های ورزشی توجه به کیفیت

پیش طراحی شده در اولویت قرار دارد (۱۲). هیگینز^۲ تاخیر در شکل گیری سیاست های خصوصی سازی ورزش را در دلایل زیر جستجو می کند. عامل اول مشروعیت مداخله دولت در اجرای برنامه های ورزشی را زیر سوال می برد. عامل دوم فقدان تشکیل اتحادیه ها و انجمن های حرفه ای برای ثبات نسبی خدمات ورزشی به صورت تجاری و حرفه ای، کنترل انحصاری بر خدمات در برابر مشارکت کنندگان ورزشی است. به نظر می رسد باید تمایزهای اساسی بین خدمات عمومی ورزشی و ورزش های قهرمانی و حرفه ای در عمل ایجاد شود (۱۹). باید در خصوصی سازی سازمان های ورزشی به چند امر مهم توجه شود که شامل مواردی مانند ایجاد زمینه رقابت، تغییر ساختار ورزش، علمی کردن تمام برنامه ها و فعالیت های ورزشی، افزایش کارایی کمی و کیفی خدمات ورزشی در همه سطوح، نهادینه کردن ورزش در زندگی خانوادگی، ارتقای جایگاه ورزش قهرمانی در سطوح بین المللی با در نظر داشتن اهداف سند چشم انداز بیست و سه ساله در جهت کسب رتبه اول در منطقه است (۲۴). ورزش در ابعاد گوناگون اثرات مثبت مختلفی بر جامعه می گذارد که از مهم ترین آنها می توان به اثرات اقتصادی اشاره نمود. اثرات مستقیم اقتصادی ورزش، اثراتی چون تولید کالاها و خدمات ورزشی، صادرات و واردات، هزینه های خانوار، ایجاد اماکن و تسهیلات، تبلیغات، مشارکت در بازار بورس، پوشش رسانه ای، اشتغال، جذب گردشگر و حامیان مالی را شامل می شود و اثرات اقتصادی غیر مستقیم ورزش نیز در زمینه ها یی چون ارتقای سلامت جامعه، کاهش هزینه ها درمان و به تبع آن توسعه برنامه های ملی سلامت، کاهش بزهکاری ها، افزایش عملکرد و بهره وری نیروهای انسانی در جامعه مدنظر قرار می گیرد. در میان اثرات مستقیم اقتصادی مذکور می توان

واحد مشمول واگذاری می افزاید ۸. عقد قراردادهای واگذاری مدیریت یا اجاره دارایی ها به بخش خصوصی در مواردی صورت می پذیرد که دولت خود را از اداره کارآمد واحد عاجز می بیند ولی به دلایل گوناگون مایل نیست که مالکیت را از دست بدهد (۷).

مهم ترین چالش در حوزه ورزش برای مدیران اتخاذ الگویی مطلوب برای توزیع بهینه و عادلانه امکانات، تسهیلات و خدمات ورزشی بین شهروندان و ورزشکاران و همچنین برنامه ریزی برای توسعه رشته های مختلف ورزشی مانند فوتبال، کشتی، والیبال و سایر رشته های ورزشی است. الگوهای متعددی در مورد چگونگی ارائه و عرضه خدمات و تسهیلات ورزشی وجود دارد. الگوی متمرکز دولتی، الگوی توسعه باشگاه های خصوصی و الگوی ملی غیر متمرکز و الگوی تلفیقی از جمله الگوهایی هستند که در کشورها اجرا می شوند (۱۰).

گزینش هر یک از الگوهای بالا به زعم دونالد لایت^۱، تا حد زیادی محصول فلسفه های سیاسی حاکم بر هر جامعه است. برخی کشورها خدمات ورزشی را یک حق مسلم تلقی کرده و معتقدند که باید به گونه ای برابر در اختیار همه ی شهروندان بدون در نظر گرفتن پایگاه اقتصادی- اجتماعی آنان قرار گیرد (۱۵). در برخی کشورها از تربیت بدنی به عنوان یک خدمات عمومی یاد می شود و معتقدند که دولت باید به طور رایگان خدمات ورزشی را در اختیار همگان قرار دهد. در برخی از کشورهای سرمایه داری که رویکرد اساسی در ارائه خدمات ورزشی مبتنی بر تجارت و بازار است، تلاش سازمان ها و باشگاه های ورزشی در جهت ارائه خدمات ورزشی مناسب، برابر و به موقع برای همه قشرهای اجتماعی متناسب با سطح درخواست ها و توقعات و میزان وجهی که می پردازند بر اساس برنامه های مدون و از

مشاهدات نشان می‌دهد کیفیت برتر موجب عملکرد بهتر می‌شود و مزایایی چون وفاداری مشتریان، پاسخگویی به نیازهای آنان، رشد سهم بازار و بهره‌وری برای سازمانها به ارمغان می‌آورد. مدیران کیفیت خدمات را به عنوان اهرمی برای ایجاد مزیت رقابتی به کار می‌گیرند. این امر به شرطی محقق می‌شود که سازمان‌ها بدانند مشتریان چگونه کیفیت خدماتشان را ادراک می‌کنند (۲۰).

آنچه که در این پژوهش به عنوان یک مسئله اجتماعی مطرح است و به سازمان‌های ورزشی مربوط می‌شود عبارتند از: ناموفق بودن سازمان‌های ورزشی در توزیع برابر و عادلانه خدمات ورزشی، کاهش کارایی این سازمان‌ها به دلیل بکارگیری فرایندهای دولتی در تدارک و ارائه مناسب خدمات به مردم، عدم وجود ورزش به عنوان یک ارزش مهم در زندگی که برای آن باید پول خرج کرد.

صاحب نظران علم اقتصاد کالاها را به دو دسته عمومی و خصوصی تقسیم کرده‌اند (۱۶). کالاهای عمومی آنهایی هستند که همه یا حداقل بخش اعظمی از منافع یا هزینه‌های آنها، خارجی و بنابراین غیرقابل تخصیص و یا تحمیل به افراد خاص می‌باشد. در مقابل کالاهای خصوصی آنهایی هستند که آثار خارجی آنها محدود به عده‌ی خاصی است. خدمات ورزشی را می‌توان به عنوان کالاهای عمومی به شمار آورد (۹). در واقع سوال اساسی در این پژوهش این است که اگر بپذیریم که در تولید و توزیع کالاهای عمومی همانند خدمات ورزشی به دلیل تضمین عدالت توزیعی^۲، توزیع این خدمات لازم و ضروری است، در صورتی که نهادهای ورزشی که وظیفه‌ی تولید و توزیع این خدمات را دارند، انتقال مالکیت از بخش دولتی به خصوصی که مستلزم حداقل نظارت دولت است و با

ایجاد فرصت‌های شغلی را از مهم‌ترین اثرات اقتصادی صنعت ورزش و سایر صنایع وابسته به شمار آورد (۶ و ۲۵).

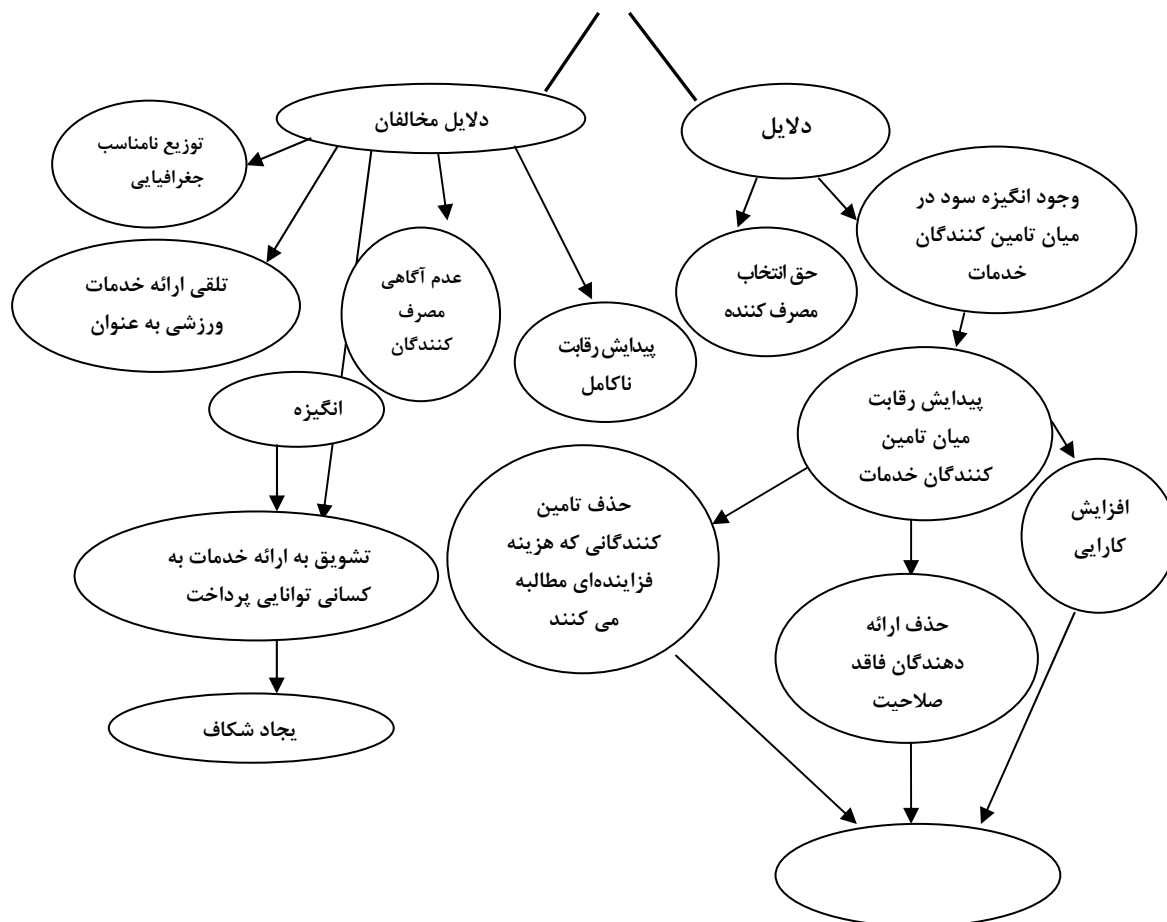
سیمونه فونته ماری^۱ (۲۰۱۱)، مدیر اجرایی باشگاه تیرنانا از سری C ایتالیا که سال‌ها در باشگاه‌های حرفه‌ای ایتالیا فعالیت داشته مهم‌ترین اصل برای یک باشگاه خصوصی و حرفه‌ای را درآمد زایی می‌داند و برای درآمد زایی به چهار مورد رایج در باشگاه‌های ایتالیا اشاره می‌کند: ۱. حق پخش تلویزیونی ۲. حامیان مالی و سرمایه‌گذاران ۳. تماشاگران، هواداران و طرفداران ۴. سرمایه‌گذاری بر روی استعدادهایی که در صورت شناسایی و سرمایه‌گذاری بر روی آنها در آینده می‌توان آنها را با قیمت مناسبی فروخت (۲۲). با نگاهی گذرا به این چهار منبع می‌توان تشخیص داد که هیچ‌یک از موارد بالا در باشگاه‌های ورزشی در کشور ما به شکل صحیحی مورد استفاده قرار نمی‌گیرد.

قبل از خصوصی‌سازی باید مقدمات لازم برای این امر فراهم شود. یکی از الزامات خصوصی‌سازی، ایجاد بسترها و زیرساخت‌هایی است که ادامه‌ی حیات و رشد سازمان‌های خصوصی و بنگاه‌های اقتصادی فعال در بخش خصوصی را تضمین و تقویت می‌کند (۲۳). نتایج پژوهش کیانی و فاضلیان (۱۳۸۸) نشان داد که فقدان نهادهای تخصصی مانند اتحادیه‌های صنفی در حوزه خصوصی‌سازی صنعت ورزش، نقش زیادی در عدم توفیق خصوصی‌سازی سازمان‌ها و باشگاه‌های ورزشی در ایران داشته است. عوامل بسیاری بر خصوصی‌سازی باشگاه‌های ورزشی اثر می‌گذارند. برای مثال قره‌خانی و همکاران (۱۳۸۸) مهمترین موانع خصوصی‌سازی باشگاه‌های فوتبال را در چهار دسته حقوقی، ساختاری، اقتصادی و مدیریتی بررسی کردند (۱ و ۱۴).

مبتنی بر بازار انگیزه اساسی که مبنای عمل بنگاه یا فرد قرار می گیرد کسب سود است (۵). البته خصوصی سازی همیشه مخالفان و موافقانی داشته و هر کدام دلایلی مبنی بر درستی باورهای خود در مورد خصوصی سازی دارند.

توجه به اینکه بخش خصوصی در جهت برابری هزینه و درآمد و یا بیشینه کردن درآمد تلاش می کنند آیا شاهد نوعی نابرابری توزیعی نخواهیم بود. موضوع دیگری که به عنوان یک مسئله در نهادهای ورزشی قابل بررسی است مسئله کیفیت عملکرد سازمانهای ورزشی خصوصی شده در ارائه خدمات است. در حالی که در یک نظام اقتصادی

دلایل موافقان و مخالفان ارائه خدمات مبتنی بر بازار (اقتباس از: مسعود نیا ۱۳۷۲)



ورزشکاران باشگاه های گیتی پسند و سپاهان در سال ۹۱ توزیع شد. ۹۵ نفر به عنوان نمونه آماری به صورت هدفمند از بین صاحب نظران (۲۸ نفر از مربیان با درجه مربیگری ملی و بین المللی، ۱۸ نفر از مدیران با بیش از بیست سال سابقه مدیریت در ورزش و ۴۹ نفر از ورزشکاران که در رشته های مختلف ورزشی عضو تیم ملی بوده اند) انتخاب شدند. فرضیه ای که مورد بررسی

روش تحقیق:

تحقیق حاضر از نوع توصیفی و از شاخه تحقیقات میدانی است. ابزار اندازه گیری پرسش نامه های محقق ساخته بود که عملکرد را در یازده مولفه ارزیابی می کرد. روایی آن توسط متخصصان مدیریت ورزشی تأیید و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ ۰/۸۹ بدست آمد. پرسش نامه بین جامعه ی آماری، شامل مربیان، مدیران و

فرض ۱: تاثیر خصوصی سازی بر کیفیت عملکرد در همه ابعاد به یک اندازه می باشد.

نتایج جدول ۱ نشان می دهد خصوصی سازی اماکن و فضاهای ورزشی در حوزه های مختلف عملکرد تاثیر متفاوت داشته است. بعد از خصوصی سازی کاهش هزینه های نگهداری و ایجاد مشاغل جدید و موارد کیفی ملموس از دیدگاه پاسخ گویان تاثیر معنادار داشته است. نتایج جدول ۲ نشان می دهد از دیدگاه پاسخ گویان عدم توسعه فرهنگ خصوصی سازی در بین افراد جامعه با ضریب تاکید ۲۶۴٪ بیشترین مانع برای توسعه خصوصی سازی است و پس از آن کاستی های حقوقی در زمینه خصوصی سازی با ضریب تاکید ۱۲۱٪ و عدم شرایط مناسب اقتصادی با ضریب تاکید ۸۹٪ قرار دارد.

قرار گرفت یکسان بودن تأثیر خصوصی سازی بر کیفیت عملکرد اماکن و فضاهای ورزشی خصوصی سازی شده در ابعاد مورد تحقیق را بیان می کند. در پرسشنامه از پاسخ گویان خواسته شده بود تا اثرات خصوصی سازی اماکن و فضاهای ورزشی بر کیفیت عملکرد در یازده زمینه اظهار نظر کنند. همچنین با مصاحبه نظر آنان را در مورد مشکلات و موانع خصوصی سازی اماکن و فضاهای ورزشی در ایران در سه حوزه که عبارتند از کاستی های حقوقی در زمینه خصوصی سازی، عدم توسعه فرهنگ خصوصی سازی در بین افراد جامعه و عدم شرایط مناسب اقتصادی مورد پرسش قرار گرفت.

نتایج و یافته های تحقیق

جدول ۱. اثر خصوصی سازی بر ابعاد عملکرد اماکن خصوصی سازی شده

ابعاد	شاخصهای آماری	درصد پاسخ ها (زیاد و خیلی زیاد)	میانگین رتبه	f	p
ایجاد خدمات رفاهی بیشتر		۴۶٪	۲/۸۳	۱/۱۳	۰/۱۱۷
استمرار مشارکت متقاضیان قبلی		۴۷٪	۲/۸۵	۱/۱۴	۰/۰۹
افزایش متقاضیان		۳۲٪	۲/۱۱	۰/۹۳	۰/۱۲
ارتقا سطح ورزش قهرمانی		۶۳٪	۲/۲۵	۰/۹۸	۰/۰۰۱
توسعه کارکردهای ورزش مانند درمانی		۵۷٪	۳/۳	۱/۹۴	۰/۰۰۱
ایجاد مشاغل جدید		۷۱٪	۳/۶۲	۲/۲۱	۰/۰۰۱
کاهش هزینه های نگهداری		۷۶٪	۳/۹۵	۲/۵۶	۰/۰۰۱
موارد کیفی ملموس		۷۳٪	۴/۱۱	۲/۸۷	۰/۰۰۱
افزایش تجهیزات و وسایل استاندارد		۴۱٪	۲/۶۴	۱/۰۲	۰/۱۶
پاسخگویی		۵۹٪	۳/۳۳	۱/۹۵	۰/۰۰۲
کاهش هزینه های ورودی و ثبت نام		۶۸٪	۳/۷۱	۱/۴۳	۰/۰۰۱

جدول ۲. به نظر شما مشکلات و موانع خصوصی سازی اماکن و فضاهای ورزشی در ایران چیست؟

مفهوم	ضریب تأکید	تواتر	نکات مورد اشاره پاسخ دهندگان
کاستی های حقوقی در زمینه خصوصی سازی	۲۶۴٪	۲۵	نبود قوانین ومقررات خصوصی سازی
		۲۴	نبود رقابت در اجاره اماکن
		۲۳	اجاره کوتاه مدت یک ساله
		۲۴	وجود رابطه به جای ضابطه در اجاره اماکن
		۲۱	خصوصی سازی به مفهوم اجاره کوتاه مدت اماکن و فضاهای ورزشی

ادامه جدول ۲. به نظر شما مشکلات و موانع خصوصی سازی اماکن و فضاهای ورزشی در ایران چیست؟

مفهوم	ضریب تأکید	تواتر	نکات مورد اشاره پاسخ دهندگان
عدم توسعه فرهنگ خصوصی سازی در بین افراد جامعه	٪۱۲۱	۱۸	عدم وجود تبلیغ رسانه ها در مورد خصوصی سازی در ورزش
		۱۸	هماهنگ نبودن همه ی نهادها در امر خصوصی سازی
		۲۲	عدم آشنایی مدیران به مفهوم خصوصی سازی
		۲۰	عدم هماهنگی مسئولان در اجرای خصوصی سازی
		۲۲	عدم وجود یک برنامه مدون و به روز برای خصوصی سازی
عدم شرایط مناسب اقتصادی	٪۸۹	۱۳	عدم وجود وضعیت اقتصادی مناسب برای سرمایه گذاری در ورزش
			عدم استقبال افراد از پرداخت ورودیه برای استفاده از اماکن ورزشی
			عدم بازگشت سرمایه

افزایش سطح اشتغال در سطح اقتصاد ملی وجود دارد.

توسعه باشگاه های خصوصی در جهت تقویت پس انداز ملی و همچنین بازارهای مالی است که لازمه موفقیت در سیاست های خصوصی سازی است، چرا که اساس تامین مالی در باشگاه های ورزشی خصوصی در استفاده از منابع متعلق به دولت شکل گرفته است. یکی از راه های موفق توسعه باشگاه های خصوصی فراهم کردن شرایطی است تا باشگاه های فعلی که همگی دولتی هستند حتی المقدور از طریق بورس به اجرا درآید و امکان خرید سهام جزء توسط مردم با هدف گسترش مالکیت در سطح عموم فراهم گردد و همه افراد در خرید سهام مشارکت کنند (۲).

باشگاه ها و اماکن خصوصی شده در هدف گذاری ها و عملکرد خود باید اهداف خصوصی سازی را مد نظر قرار دهند. آنچه که در این پژوهش به عنوان شاخص های عملکرد در اماکن خصوصی شده ورزشی در نظر گرفته شد در یازده حوزه طبقه بندی شد که نتایج تحقیق نشان داد خصوصی سازی اماکن و فضاهای ورزشی در حوزه های مختلف عملکرد تاثیر متفاوت داشته است. همانطور که در جدول ۱ مشاهده می شود در هفت بعد ارتقای سطح ورزش قهرمانی، توسعه کارکردهای ورزش، ایجاد مشاغل جدید، کاهش هزینه های نگهداری، موارد کیفی ملموس، پاسخگویی، کاهش هزینه های ورودی و ثبت نام تاثیر خصوصی سازی معنادار بوده است، در حالی که در ابعاد ایجاد خدمات رفاهی بیشتر، استمرار مشارکت

بحث و نتیجه گیری

سیاست های خصوصی سازی در ایران بعد از ابلاغ سیاست های کلی اصل ۴۴ شتاب گرفت. اهداف کلی سیاست های خصوصی سازی، شتاب بخشیدن به رشد اقتصادی، توسعه مالکیت در سطح عموم مردم به منظور تامین عدالت اجتماعی، ارتقاء کارایی بنگاه های اقتصادی، بهره وری منابع مادی، انسانی و فناوری، افزایش رقابت پذیری در اقتصاد ملی، افزایش سهم بخش های خصوصی و تعاونی در اقتصاد ملی، کاهش بار مالی و مدیریتی دولت در تصدی بنگاه های اقتصادی، افزایش سطح عمومی اشتغال و تشویق اقشار مردم به پس انداز و سرمایه گذاری و بهبود درآمد خانوارها است. اهداف خصوصی سازی در ایران کم و بیش با اهداف جهت گیری شده در سایر کشور مشابهت دارد. بسیاری از اهداف با افزایش رشد اقتصادی (در سطح کلان) و همچنین بهبود عملکرد (در سطح خرد) تطابق دارد. ایجاد اشتغال در حوزه ورزش از طریق رشد و توسعه باشگاه های خصوصی یکی از مهم ترین اهداف است. نتایج کوتاه مدت و بلند مدت خصوصی سازی در ایجاد مشاغل غیر دولتی ثابت شده است. البته بلافاصله با انجام خصوصی سازی امکان افزایش اشتغال در سازمان های ورزشی وجود ندارد. ولی پس از افزایش کارایی و همچنین رشد اقتصادی در کشور، امکان تحقق

متقاضیان قبلی، افزایش متقاضیان، افزایش تجهیزات و وسایل استاندارد نتایج معنادار نشد. یازده حوزه عملکرد برای اماکن و فضاهای ورزشی در نظر گرفته شد. نتایج در حوزه های معنادار شد و در در حوزه های ایجاد خدمات رفاهی بیشتر، استمرار مشارکت متقاضیان قبلی، افزایش متقاضیان، افزایش تجهیزات و وسایل استاندارد نتایج به دست آمده معنادار نشد. در رابطه بین پایگاه اقتصادی و قابلیت خرید خدمات ورزشی و میزان دستیابی به آن (فرضیه اول) فرض تحقیق این بوده که برخلاف سازمان های ورزشی ملی و سوسیالیستی که در آن توزیع خدمات با دخالت خاص دولت صورت می گیرد و در چنین سازمان هایی توجه خاص معطوف به عدالت توزیعی در ارائه خدمات است در نظام ها و سازمان های ورزشی مبتنی بر بازار توجه کمتری به عدالت و برابری در توزیع خدمات ورزشی می شود. در چنین نظام هایی (خصوصی شده) به دلیل حداقل دخالت دولت در توزیع منابع قابلیت دستیابی به خدمات به قابلیت خرید افراد بستگی پیدا می کند. با توجه به نتایج به دست آمده در این پژوهش هر چه پایگاه اقتصادی افراد بالاتر باشد میزان دستیابی به خدمات ورزشی کبفی و استقبال افراد نیز بیشتر خواهد بود. در خصوص رابطه بین میزان دستیابی به خدمات و میزان تحصیلات، نتایج به دست آمده نشان می دهد بین این دو متغیر رابطه معنادار وجود داشته است و میزان دستیابی افراد با مدرک تحصیلی لیسانس و بالاتر از آن بیشترین و کمترین میزان دستیابی به خدمات ورزشی به صورت تجاری مربوط به افراد با مدرک تحصیلی پائین تر از دیپلم بود. نتایج به دست آمده حاکی از این مطلب است که رابطه معناداری بین موقعیت اقتصادی افراد و میزان نیاز آنها به خدمات ورزشی وجود ندارد. خصوصی سازی به تازگی به سوی جبهه اول اندیشه اقتصادی و سیاسی و به عنوان راهکاری پذیرفتنی برای افزایش تولید

و دستیابی به رشد اقتصادی در کشورهای در حال توسعه حرکت کرده است و معمولاً در این راستا مشکلاتی دست به گریبان دولتها می شود و موانع بسیاری بر سر راه خصوصی سازی پدیدار می گردد (۲۱). یکی از بزرگ ترین مشکلات ورزش ایران دولتی بودن آن است. سیاستی که از گذشته بر ورزش حاکم بوده رویکرد دولتی به توسعه ورزش کشور بوده است و بخش خصوصی در این توسعه نادیده انگاشته شده و یا حضوری بسیار کم رنگ داشته است که این مساله نیاز به تغییر نگرش جدی دارد. وجود برخی قوانین و مقررات دست و پاگیر و تعدد و ابهام مقررات در بخش سرمایه گذاری را از جمله موانع خصوصی سازی و سرمایه گذاری در عرصه ورزش کشور است. در این تحقیق مشکلات و موانع خصوصی سازی سه حوزه کاستی های حقوقی در زمینه خصوصی سازی عدم توسعه فرهنگ خصوصی سازی در بین افراد جامعه و عدم شرایط مناسب اقتصادی مورد نظرخواهی از پاسخ گوینان قرار گرفت. با توجه به نتایج جدول ۲ از دیدگاه پاسخ گوینان کاستی های حقوقی در زمینه خصوصی سازی با ضریب تاکید ۲۶۴٪ بیشترین مانع برای توسعه خصوصی سازی است و پس از آن عدم توسعه فرهنگ خصوصی سازی در بین افراد جامعه با ضریب تاکید ۱۲۱٪ و عدم شرایط مناسب اقتصادی با ضریب تاکید ۸۹٪ قرار دارد. با توجه به سند چشم انداز برنامه توسعه اقتصادی اجتماعی و فرهنگی کشور که خصوصی سازی را در اولویت قرار داده است ضرورت رسیدن به این هدف راهبردی در ورزش نیازمند تدوین قوانین حمایتی لازم با ضمانت اجرایی از سوی وزارت ورزش و جوانان می باشد.

منابع و مآخذ

۱. پاداش، دنیا. سلطان حسینی، محمد. خبیری، محمد. (۱۳۹۰). "ارزش گذاری عوامل اجتماعی و قانونی مؤثر بر خصوصی سازی باشگاههای ورزشی". نشریه مدیریت ورزشی. شماره ۱۱. صص ۳۶-۴۵.
۲. داوود، دانش جعفری. (۱۳۹۱). "خصوصی سازی چگونه موجب پیشرفت اقتصادی می شود؟"
In: <http://www.ghatreh.com/news/nn10745358>
۳. رسولی، سیاوش. (۱۳۹۲). "خصوصی سازی فرهنگ ممکن یا ناممکن؟"
In: <http://www.kamrooz.com/component/content/article/3-main/41374>
۴. رضوی، سیدمحمدحسین. (۱۳۸۵). "خصوصی سازی و اصلاح ساختار ورزش قهرمانی در کشور". دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی. دانشگاه مازندران. نشریه حرکت بهار. (پیاپی ۲۷): صص ۱۹-۳۱.
۵. سجادی، سید نصراله. محمودی، احمد. گودرزی، محمود. میزانی، مهران. (۱۳۹۰). "مقایسه کیفیت خدمات ارائه شده در باشگاههای ورزشی (بدنسازی و آمادگی جسمانی) دولتی و خصوصی شهر تهران از دیدگاه مشتریان". پژوهش های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی. سال اول. شماره ۲. صص ۱۸-۲۷.
۶. سلطان حسینی، محمد. سلیمی، مهدی. سلیمی، منصوره. لطفی، مجتبی. (۱۳۹۲). "اولویت بندی اثرات اجتماعی و اقتصادی اماکن ورزشی بر محیط شهری (مطالعه موردی شهر یزد). مطالعات و پژوهش های شهری و منطقه ای، سال چهارم، شماره شانزدهم. صص ۳۶-۴۷.
۷. طیبی، سید کمیل. صامتی، مرتضی. عباس لو، یاسر. اشراقی سامانی، فرشته. (۱۳۸۸). "اثرات آزادسازی و توسعه مالی بر رشد اقتصادی کشور". دانشگاه اصفهان، فصلنامه بررسیهای اقتصادی، پیاپی ۲۲: صص ۵۵-۷۸.
۸. کوزه چیان، هاشم. گوهر رستمی، حمیدرضا. احسانی، محمد. (۱۳۸۸). "مقایسه رضایتمندی مشتریان باشگاه های بدنسازی خصوصی و دولتی مردان شهر تهران". مدیریت ورزشی. شماره ۱. صص ۴۹-۳۷.
۹. کیان پور، سعید. (۱۳۸۸). "بررسی اجمالی خصوصی سازی در چند کشور منتخب با اشاره ای بر سیاست های کلی اصل ۴۴". دانشگاه علامه طباطبایی. مجله بررسی های بازرگانی. صص ۲-۲۰.
۱۰. مسعودنیا، ابراهیم. (۱۳۷۲). "ابعاد اجتماعی خصوصی سازی نهاد پزشکی (مطالعه موردی: بیمارستانهای شهر اصفهان)". پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی. دانشگاه اصفهان. چکیده.
۱۱. حیدری، احمد. کابلی، زاده احمد. (۱۳۹۲). "خصوصی سازی مردمی". پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی. دانشگاه اصفهان، دانشکده اقتصاد و علوم اداری. چکیده.
۱۲. نادریان جهرمی، مسعود. (۱۳۸۸). مبانی جامعه شناسی در ورزش. انتشارات بامداد کتاب. تهران. صص: ۱-۵۰.
۱۳. نظری، رسول. (۱۳۹۱). "موانع خصوصی سازی در ورزش (قسمت دوم)".
In: <http://es.ifsm.ir/index.php?>
۱۴. یاری، علی. (۱۳۸۸). "تاثیر خصوصی سازی شرکتهای دولتی بر کارایی آنها". پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تهران. دانشکده اقتصاد. چکیده.

15. Brezis, S. (2008). "Is privatization necessary to achieve quality of universities"? In: <http://mpa.ub.uni-muenchen.de/12485/1/brezis-education>
16. Buia, E. & Cristina, M. (2012). "Molinari corruption and positive selection in privatization. Department of economics". Ca' facsani university of venice. Research in economics. Volume 66. Issue 4. Pages 297–304.
17. Delianur, A. (2012). "Open space privatization and quality of life, case study merdeka square medan". ASEAN Conference on environment-behavior studies. Volume 36. Pages 466–475.
18. Denisova I. Eller M. Frye T. (2012). " Everyone hates privatization, but why? Survey evidence from 28 post-communist countries". Journal of Comparative Economics. Volume 40, Issue 1, Pages 44–61.
19. Huong, L. & Edsel, E. (2010). "Privatization, democratic reforms, and micro-governance change in a transition economy: condominium homeowner associations in ho chi minh city". Cities journal. Volume 27, Issue 1 Pages 20-30.
20. Huang, Z. & Wang, K. (2011). " Ultimate privatization and change in firm performance: Evidence from China". Journal of China Economic Review. Volume 22. Issue 1. Pages 121–132.
21. Love, A & Andrew, D. (2012). "The intersection of sport management and sociology of sport research: A social network perspective". Sport Management Review, Volume 15, Issue 2, Pages 244-256.
22. Mishra, K. & Chang, H. (2012). "Can off farm employment affect the privatization of social safety net? The case of self-employed farm households Original Research". Article food policy. Volume 37. Issue 1 .Pages 94-101.
23. Mathura, I. (2007). "The effects of privatization on the performance of newly privatized firms in emerging markets". Journal of Emerging Markets Review. Volume 8. Issue 2. Pages 134–146.
24. Rostami, M. & Najafzadeh, F. & Najafzadeh, M. & Salar, N. (2012). "Comparison of manager's attitudes about the role of privatization in the development of sport". European journal of experimental biology. Volume 2. Issue 6. Pages 2403-2407.
25. Tellaa ,R. Galianid ,S. Schargrotsky, E. (2012). "Reality versus propaganda in the formation of beliefs about privatization". Journal of Public Economics. Volume 96, Issues 5–6, Pages 553–567.