

فصلنامه پژوهش های مدیریت در جهان اسلام

شماره مجوز: ۸۵۴۹۵ شماره استاندارد بین المللی: ۶۰۹۴-۲۶۷۶ شماره چهارم (پاییز ۱۳۹۹)

الزامی نوین در راستای حمایت مالی از ورزش در بخش غیر دولتی

(تاریخ ارسال ۱۳۹۹/۰۵/۲۵ تاریخ پذیرش ۱۳۹۹/۰۸/۲۰)

علی اشرف باقری فرد^۱

ناهد فرامرزی

چکیده

در ابتدای هزاره سوم، جهان ورزش دوران جدید و تازه ای را تجربه می کند. افزایش فعالیت در عرصه تربیت بدنی و ورزش موجب افزایش تقاضا برای کالا و خدمات مختلف شده است. این فعالیت ها به پیدایش صنعت ورزش منجر شده است. برای موفقیت در این صنعت، به کارگیری بازاریابی ورزشی امری ضروری است. حمایت مالی از ورزش اهداف مستقیم و غیرمستقیمی دارد. هدف مستقیم آن افزایش فروش است، در حالی که اهداف غیرمستقیم اگرچه در نهایت به افزایش فروش ختم میشود، بیشتر بر ایجاد آگاهی و خلق تصویر مطلوب از نشان شرکت تمرکز دارد. علیرغم تأکید دولت مبنی بر خصوصی سازی و درآمدزایی طبق اصل ۴۴ قانون اساسی و برنامه چهارم توسعه و اهمیت حمایت مالی به عنوان یکی از درآمدهای غیرمستقیم سازمان های ورزشی، صنعت ورزش کشورمان هنوز نتوانسته است از حمایت مالی بهره کافی ببرد. امروز در جهان، حمایت های مالی به خصوص حمایت- های مالی ورزشی بخش مهمی از فعالیت های بازاریابی را تشکیل می- دهند. در ایران هم حمایت های مالی ورزشی روند روبه رشدی را به خصوص در ورزش فوتبال طی می- کند. از این رو، مدیران شرکت ها باید از فعالیت های بازاریابی اطلاعات کاملی کسب کنند تا بتوانند تصمیمات مهمی از جمله تخصیص منابع برای حمایت های مالی ورزشی اتخاذ کنند.

واژگان کلیدی: حمایت مالی، ورزش، نهادهای دولتی، دولت، حمایت اقتصادی

^۱ نویسنده مسئول